

Lecciones Aprendidas en Estrategia de Comunicación de La gran Industria de Bebidas Azucaradas

Ciudad de México, 25 de febrero 2015

media
berkeley studies group

Fernando Quintero

Los impuestos a bebidas azucaradas: Berkeley: Sí, San Francisco: No

- Berkeley, California se hizo la primera ciudad en los Estados Unidos para adoptar un impuesto a las bebidas azucaradas
- En San Francisco, una medida electoral similar al del Berkeley consiguió 55 por ciento del voto, pero no fue suficiente.



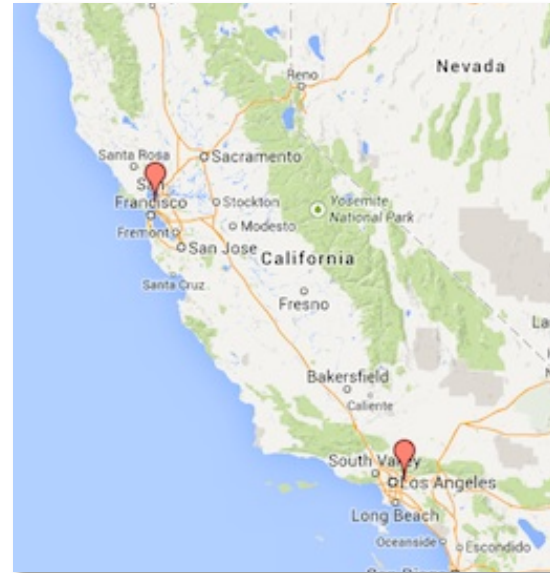
Análisis de cobertura de noticias: Propuesta de impuesto a bebidas azucaradas en Richmond, El Monte (California) y Telluride (Colorado)

- Las primeras propuestas municipales de impuesto de bebidas azucaradas

Ingresos al fondo general

Propuesta vencido en Noviembre 2012

¿Cuales lecciones de estas luchas politicas se incorporaron dentro de campañas apoyando impuestos a bebidas azucaradas en Berkeley y San Francisco?



Temas en los medios de comunicación

A favor del los impuestos:

- Los impuestos promoverán la buena salud
- Bebidas azucaradas dañan la salud
- Las acciones de la gran industria de bebidas azucaradas son inapropiadas

Contra los impuestos:

- Los impuestos harán daño a la economía
- Los impuestos no van a mejorar la salud
- Los impuestos impactan a los de bajos ingresos y grupos marginalizados

A quién entrevistaron?

A favor del impuesto –
Telluride

- Residentes de Telluride

A favor del impuesto –
Richmond y El Monte

- Funcionarios municipales
- Residentes
- Defensores de la salud pública

Contra del impuesto - Telluride

- Residentes de Telluride

Contra del impuesto – Richmond
y El Monte

- Grupos ‘de la comunidad’ respaldado por industria de bebidas azucaradas
- Industria de bebidas azucaradas
- Dueños de negocios locales
- Funcionarios municipales
- Líderes religiosos
- Organizaciones comunitarios de Afro-Americanos

Desafíos

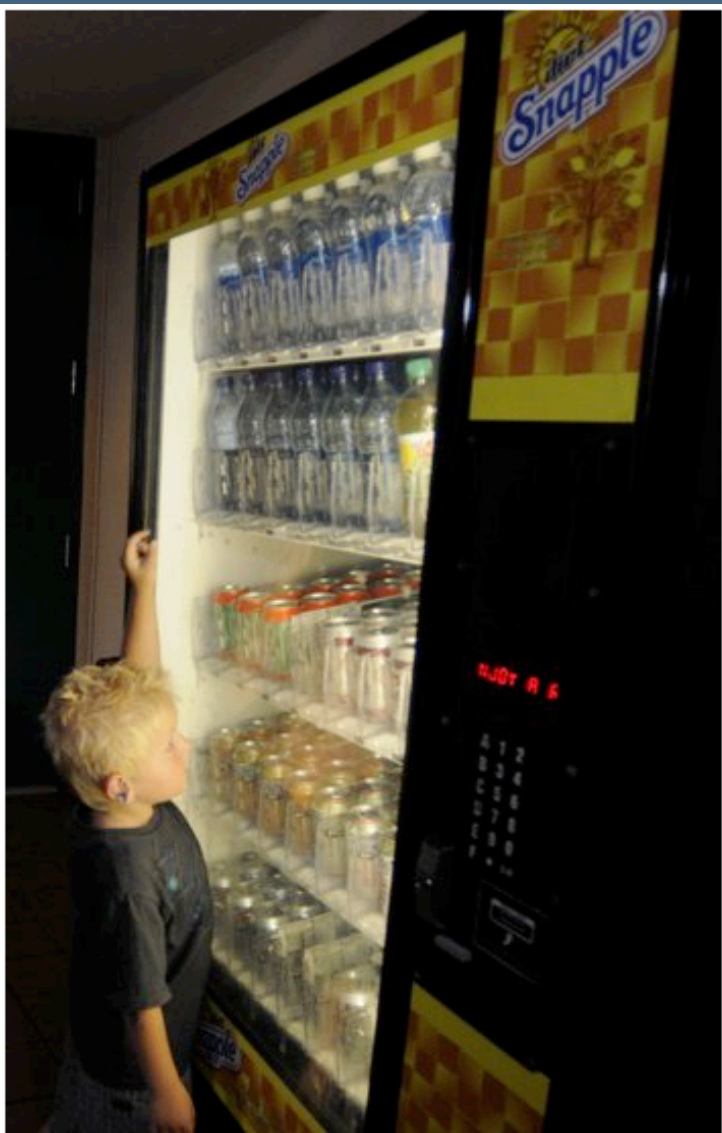
- “¿Adónde realmente va el dinero?”
- Divisiones comunitarias



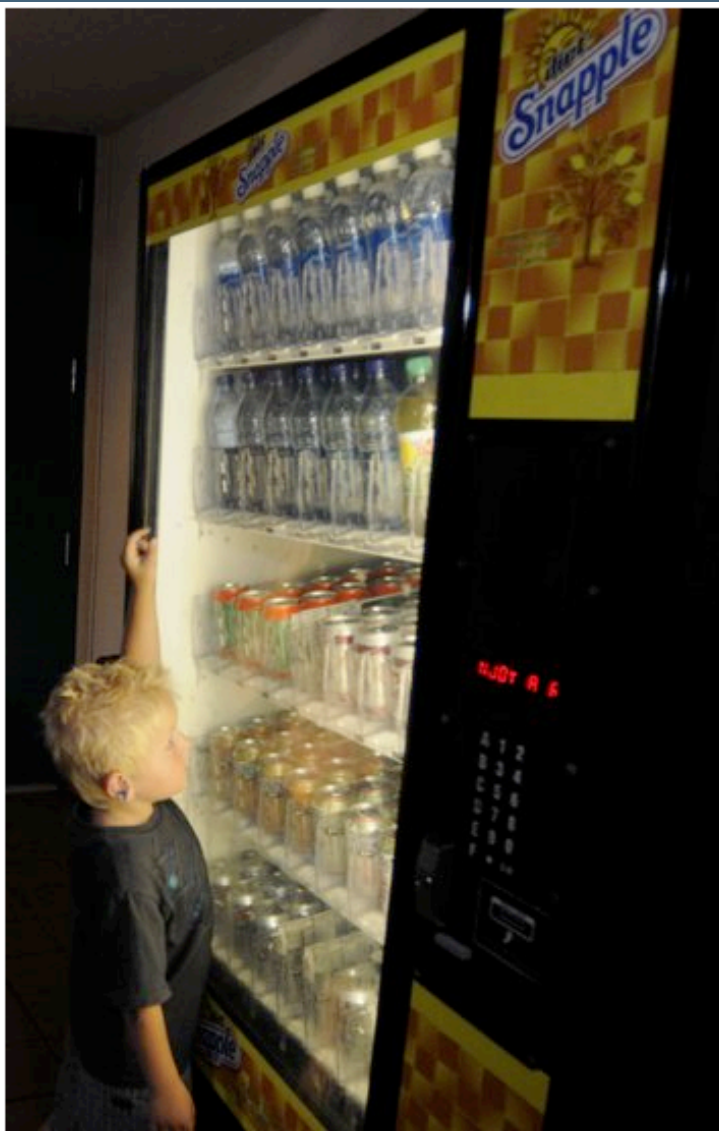
Lecciones Aprendidas

- Incrustar estrategia de comunicación dentro de estrategia general
- Hacer gastos exesos de la industria de bebidas azucaradas parte del debate
- Anticipar argumentos de la oposición
- Cultivar portavoces “autenticas”

Yendo de aquí...



Joey Zych, 4, of Lakeside waited for his mother to get change out of her purse so he could get a drink at a vending machine. (David Brooks / Union-Tribune)



Joey Zych, 4, of Lakeside waited for his mother to get change out of her purse so he could get a drink at a vending machine. (David Brooks / Union-Tribune)



Para allá.

Gracias

Fernando Quintero
quintero@bmsg.org

Berkeley Media Studies Group
www.bmsg.org

Síguenos: @BMSG

Encuentrenos en Facebook:
Berkeley Media Studies Group

