

## Investigación

Medwave 2013 Ene/Feb;13(1):e5618 doi: 10.5867/medwave.2013.01.5618

# Influencia de medios de comunicación, familiares y pares sobre la decisión de fumar de universitarios

The influence of media, family, and peers, on the decision to smoke of university students

**Autores:** Gabriela Mandujano Juárez<sup>(1)</sup>, María Luisa Quintero Soto<sup>(1)</sup>

**Filiación:** <sup>(1)</sup>Universidad Autónoma del Estado de México

**E-mail:** [gaby\\_kliford@hotmail.com](mailto:gaby_kliford@hotmail.com)

**Citación:** Mandujano G, Quintero ML. The influence of media, family, and peers, on the decision to smoke of university students. *Medwave* 2013 Ene/Feb;13(1):e5618 doi: 10.5867/medwave.2013.01.5618

**Fecha de envío:** 15/9/2012

**Fecha de aceptación:** 19/11/2012

**Fecha de publicación:** 1/1/2013

**Origen:** no solicitado

**Palabras clave:** mass media, smoking, influence

## Resumen

**Introducción:** la influencia de los medios de comunicación, familiares y amigos en los jóvenes universitarios tiene relación directa e indirecta con la decisión de fumar. Las nuevas políticas de regulación de la publicidad impulsadas por el gobierno mexicano son insuficientes y deben ir más allá de la dimensión sanitaria. El tabaquismo es una causa de muerte prevenible. **Objetivo:** conocer la influencia de los medios de comunicación, familiares y amigos de los jóvenes universitarios en la toma de la decisión de fumar. **Participantes:** 160 estudiantes universitarios pertenecientes a la Unidad Académica Profesional de Nezahualcóyotl de la Universidad Autónoma del Estado de México. **Métodos:** se aplicó un cuestionario a los participantes. **Resultados:** el 50% fuma, el 24% inició por cuenta propia y 22% por invitación de un amigo. Las influencias son 45% amigos, 30% familiares y 14% cantantes o actores. También se evidencia un 49% de influencia de los medios de comunicación. **Conclusiones:** es importante saber el cómo y con quién se inicia el consumo para poder brindar estrategias de solución. Las adicciones son un problema en el campo de la salud pública, que requieren de acciones amplias y coordinadas en las que deben ser incluidos los esfuerzos de todos los sectores de la sociedad: salud, familia, escuela.

## Abstract

**Introduction.** The influence of mass media, family and friends on university students is directly related to the decision to smoke. The current government policies that regulate publicity about tobacco are insufficient and should go beyond the health dimension. Smoking is a preventable cause of death. **Aim.** To understand the influence that mass media, family and peers have on university students that smoke. **Participants.** 160 university students that belong to the Unidad Académica Profesional de Nezahualcóyotl of the Universidad Autónoma of the State of Mexico. **Results.** 50% smoke, 24% started smoking on their own, and 22% at the behest of a peer. The influences are: 45% from friends; 30% from family members; 14% from singers or actors. We also found a 49% influence from mass media. **Conclusions.** It is important to know how and with whom tobacco consumption occurs in order to develop appropriate policy responses. Addictions are a public health problem that demand broad, comprehensive, and coordinated action covering a variety of societal areas such as health, family and the school system.

## Introducción

El influjo que ejercen los medios de comunicación sobre la sociedad actual es innegable, la capacidad que ellos tienen

para intervenir sobre el individuo, y por ende, sobre la colectividad social puede resultar positiva o negativa. La

influencia que los medios de comunicación, los familiares, y los amigos o grupos de pares ejercen entre los jóvenes marca devenires en la sociedad estudiantil. Tratándose del tabaquismo, enfermedad sumamente peligrosa, progresiva, mortal, pero prevenible, se confía en que los alumnos muestren su criterio de inclusión o exclusión a la práctica de fumar. A continuación se mostrará el análisis del instrumento aplicado y a manera de discusión los resultados obtenidos evidenciando que el peso de estos factores son de verdadera importancia en la toma de decisiones sobre la salud en los jóvenes universitarios de la Unidad Académica profesional de Nezahualcóyotl ubicada en el Estado de México.

## Marco Conceptual

### Situación del tabaquismo

El consumo de tabaco es en la actualidad uno de los principales problemas de salud pública mundial; para el período del año 2025 al 2030 se calcula que en países en desarrollo morirán cerca de 7 millones de personas por daños a la salud atribuibles al consumo de tabaco, es preocupante que decenas de jóvenes se agreguen a este problema sin considerar las consecuencias que atrae a su salud<sup>1</sup>. Por ello es de vital importancia que se realicen acciones preventivas y estratégicas para evitar que más jóvenes sean víctimas del tabaquismo. El tabaquismo es la mayor pandemia que se ha infiltrado en nuestras estructuras sociales, se ha constituido en una enfermedad global fomentada y tolerada por intereses exclusivamente comerciales, y se ha constituido en la principal amenaza a la salud pública.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), el tabaquismo representa la segunda causa principal de muerte en el mundo. En cuanto al número mundial de fumadores, se estima que existe alrededor de 1.300 millones de personas que consumen tabaco; de los cuales se estima que 1.000 millones son hombres y 250 millones son mujeres. Más de 600.000 muertes anuales ocurren entre personas no fumadoras expuestas al humo de tabaco. En total, la epidemia de tabaquismo mata, cada año, a casi 6 millones de personas. De proseguir esa tendencia, para el año 2030 la cifra aumentará hasta más de 8 millones anuales<sup>2</sup>.

El tabaquismo es uno de los problemas más importantes de salud pública en México. Existen diferentes políticas integrales y programas de prevención y rehabilitación que operan actualmente en el país; sin embargo, estos no han tenido el impacto suficiente como para incidir en la reducción del consumo de tabaco. Se ha observado que a pesar de los esfuerzos de promoción que realiza la industria tabacalera, la epidemia ha permanecido relativamente estable y se han registrado incrementos, desafortunadamente significativos, en las mujeres jóvenes que inician tempranamente la adicción al tabaco<sup>3</sup>. Prevenir el consumo de cigarros en jóvenes, y ayudar a fumadores a dejar de hacerlo es sin duda una fuente de ahorro económico importante para la nación, la que día a día enfrenta el alto costo ocasionado por la morbilidad o mortalidad prematura de miles de ciudadanos que sufren enfermedades ocasionadas por el tabaco; y para las

familias de fumadores, quienes se ven obligadas a destinar parte importante de su ingreso para aliviar la adicción a la nicotina, o para solventar las enfermedades ocasionadas de manera directa e indirecta por la exposición al humo de tabaco.

### Regulación de la publicidad

Uno de los mecanismos de alerta a la población sobre los riesgos del consumo de tabaco es el etiquetado del producto con advertencias sobre las consecuencias del fumar, advertencias que son modificadas, sustituidas cada seis meses en forma rotatoria, para incrementar el mensaje preventivo en la población. El 7 de diciembre de 2004, en México se publicó en el Diario Oficial de la Federación el acuerdo que estableció los lineamientos para las leyendas precautorias, según el cual a partir de junio de 2005 debería tener un tamaño equivalente a 50% de la cara trasera de las cajetillas y también debía agregar el número telefónico donde podían obtener ayuda profesional para dejar de fumar. Además se destinaría un peso por cada cajetilla a un fondo del Sistema de Salud Pública para atención de enfermedades relacionadas con el tabaquismo. El Sistema Nacional de Salud ha normado la publicidad asociada al tabaco y se ha establecido que

- Se prohíbe totalmente la publicidad de tabaco en radio o televisión.
- La información que se propague se limitará a las características, calidad y técnicas de elaboración de estos productos.
- El tabaco no deberá presentarse como productor de bienestar o salud, o asociarlo a celebraciones cívicas o religiosas.
- No podrán asociarse estos productos con ideas o imágenes de mayor éxito en la vida afectiva y en la sexualidad de las personas, o hacer exaltación de prestigio social, virilidad o femineidad.
- No podrá asociarse a estos productos con actividades creativas, deportivas, del hogar o del trabajo, ni emplear imperativos que induzcan directamente a su consumo.
- No podrá incluirse la participación de niños y adolescentes, ni dirigirse a los niños de manera alguna.
- En el mensaje, no podrán ingerirse o consumirse, real o aparentemente, los productos de que se trata, ni tampoco participar personas menores de veinticinco años de edad, y deberá apreciarse fácilmente, en forma visual o auditiva, según el medio publicitario que se emplee<sup>4</sup>.

Por otra parte, la Secretaría de Salud, con la participación de los sectores público, privado y social, promoverá y apoyará la elaboración y difusión de campañas publicitarias orientadas a desalentar el consumo de tabaco y que adviertan sobre los posibles daños a la salud y los efectos nocivos que puedan generar el consumo de estos productos, especialmente en la niñez, la juventud y durante el embarazo.

En caso de patrocinios, no se permite incluir imperativos, imágenes, sonidos, expresiones o lemas publicitarios que se asocien con el producto, relacionar con deportistas,

artistas o evento a patrocinar, promover el consumo, incluir imágenes del producto o sus empaques, patrocinar actividades practicadas por menores de edad, difundir testimonios o intervenciones relacionadas con el consumo de los productos por parte de atletas, celebridades o figuras públicas de reconocido prestigio. Se deberá utilizar la frase “patrocinado por...”, seguida de la marca, identificación corporativa o razón social del anunciante, excepto cuando aparezca en las camisetas y se incluirá además el mensaje sanitario que determine la Secretaría<sup>5</sup>. La publicidad de tabaco no podrá dirigirse a menores de 18 años, ni obsequiarles, artículos promocionales o muestras de dicho producto; en cine sólo se difundirá en películas clasificadas como “C” y “D”.

## Método

### Participantes

La información aquí expuesta corresponde al proyecto de investigación, “Prevención de adicciones en jóvenes del estado de México. Un problema complejo de salud y políticas, desde el enfoque de género” registrado ante la SIEA de la UAEM con clave 3083/2011, que es mucho más amplio. Los avances de investigación presentados en este artículo pretenden cumplir el objetivo de “Conocer la influencia de los medios de comunicación, familiares y amigos de los jóvenes universitarios en la toma de la decisión de fumar”, para lograrlo se solicitó la colaboración de alumnos pertenecientes a la Unidad Académica Profesional (UAP) Nezahualcóyotl de la Universidad Autónoma del Estado de México, con una muestra de 160 estudiantes (72 mujeres y 88 hombres), un rango de 17 a 30 años de edad, pertenecientes a las carreras de Licenciatura en Educación para la Salud, Licenciatura en Comercio Internacional, Ingeniería en Sistemas Inteligentes e Ingeniería en Transportes. Se aplicaron 40 cuestionarios por carrera a partir del segundo hasta el octavo semestre, inscritos en el período 2011B-2012A.

### Instrumento

Se utilizó un cuestionario adaptado a las necesidades de la investigación que contó con cuatro apartados y un total de 45 preguntas. En el encabezado del cuestionario se solicitaron datos generales donde se incluyó: edad, sexo ocupación y carrera.

El primer apartado hace referencia al estado emocional, el segundo al consumo de tabaco, el tercero a los comportamientos tanto de hombres como de mujeres en el acto de fumar y el último hace referencia a los daños en la salud provocados por el consumo de tabaco.

En el momento de la aplicación y como estrategia para obtener respuestas verdaderas, se les proporcionó la alternativa de no contestar el cuestionario si no era de su interés o si no tenían tiempo de hacerlo. Eso hizo que la dinámica de la aplicación del cuestionario fuera amena y brindara un escenario de confianza.

Del procesamiento del cuestionario se obtuvieron los siguientes resultados.

## Resultados

Al preguntar ¿En la actualidad fumas? (Figura 1), la suma de los porcentajes de frecuentemente, ocasionalmente y sí, es de 50%. Teniendo en cuenta que fumar ocasionalmente y frecuentemente ponen a la población en riesgo y que la OMS lo considera como una adicción, nos encontramos con 80 personas de la población estudiantil que fuman; y un número de 80 personas que no fuman. Es decir estando en el nivel superior, las condiciones de ser adicto pueden variar dependiendo de la información que se ofrezca, la influencia que se maneje y la manera en que se hace.

Ante la interrogante ¿Cómo iniciaron su consumo? (Figura 2), es importante saber el cómo y con quién iniciaron su consumo para poder brindar estrategias de solución. El 24% inició por cuenta propia, obviamente tuvo que existir un detonante para ello; 22% por invitación de un amigo, dato reiterado de la influencia del mismo ante lo cual muchas veces el joven no sabe discernir entre los amigos y los compañeros. Seguido por la invitación de familiares, dato preocupante y latente que reitera el objetivo de la investigación.

La influencia de personas al iniciarse como fumador es muy significativa, ello se puede observar en la Figura 3. Aquí se muestra que la influencia de los pares, familiares, vecinos, e incluso personas famosas son grandes catalizadores para fomentar una adicción en los jóvenes. Las influencias porcentualmente son 45% amigos, 30% familiares y 14% cantantes o actores.

Los medios de comunicación son un factor importante para la persuasión al consumo de cigarro (ver Figura 4), desde la venta de la imagen de una mujer que se muestra más sofisticada y elegante por que lleva un cigarro a la boca y fuma, hasta la imagen de un hombre más varonil y atractivo por que lleva una cajetilla de cigarros en su bolso. Por ello y por mucha propaganda nociva en los diferentes medios de comunicación, se observa que en los alumnos de la UAP Nezahualcóyotl la influencia de los medios de comunicación representa un 49% del fomento del consumo de tabaco, sumando a las respuestas sí, ocasionalmente y frecuentemente.

Se dice que el ejemplo de los padres, en cuanto a adicciones se trata, es de suma importancia; sin embargo, no es una determinante segura para ver si en un futuro los hijos fumarán (ver Figura 5), debido a que en la pregunta de si los padres fuman el 45% de los alumnos menciona que ninguno de sus padres, lo que hace ver que el hábito de fumar no fue por imitación a ellos, del 19% solo fuma su papá (en su mayoría de las veces visto como el proveedor y el jefe de familia) y en un 13% ambos padres son fumadores.

Como podemos verificar en la Figura 6, el 44% de los jóvenes tiene algún amigo que fuma, por lo que se convierte en una persona vulnerable a las situaciones del consumo de cigarro, el 27% dice que la mayoría de sus amigos lo hace y el 23% ninguno de ellos.

La influencia de los pares es fundamental para evitar o reforzar los estilos de vida nocivos o sanos (ver Figura 7); sin embargo, la mayoría de las veces y en etapas críticas como la adolescencia y juventud puede ser nociva y coadyuvante del fomento de adicciones como el tabaquismo. La pregunta hace mención a ésta influencia donde el 41% está completamente seguro que si le ofrecieran no fumaría, el 30% probablemente sí; es decir muestra una actitud insegura al igual que el 16% con respuesta de probablemente no. Los que muestran una seguridad tangible con mencionar que están absolutamente seguros que sí, sería posible concluir que este porcentaje es el de los fumadores activos.

## Conclusiones

Las adicciones son un problema en el campo de la salud pública, que requieren de acciones amplias y coordinadas en las que deben ser incluidos los esfuerzos de todos los sectores de la sociedad: salud, familia, escuela.

Queda claro que actualmente los jóvenes reciben diversas influencias para consumir algún tipo de sustancia nociva, como lo es la nicotina, y también que existe una mayor visibilidad del problema; sin embargo el Gobierno mexicano aún no ha respondido a la capacidad de atender eficientemente a la población que presenta alguna enfermedad relacionada con el consumo de tabaco. Por lo que hasta el momento es cuestionable la forma en cómo se ha abordado esta problemática, mostrando falta de operatividad y eficacia en la solución de la situación.

El 50% de la muestra admitió fumar, ya sea una vez o hasta 28 veces por semana, lo que evidencia que los momentos y motivos de persuasión son distintos pero con un solo origen, dañar la estima y la salud de los y las jóvenes pertenecientes a la UAP Nezahualcóyotl.

Son diversos los factores que influyen para que los jóvenes tomen la decisión de fumar, uno de estos factores son los medios de comunicación, la iniciación por imitación de personajes famosos puede ser latente para el inicio de su consumo.

Es importante ver que los familiares y los amigos influyen y por lo tanto puede ser una buena alternativa a la hora

de realizar programas de prevención y tomar en cuenta estos factores para intervenir adecuadamente.

## Notas

### Declaración de conflictos de intereses

Las autoras han completado el formulario de declaración de conflictos de intereses del ICMJE traducido al castellano por Medwave, y declaran no haber recibido financiamiento para la realización del artículo/investigación; no tener relaciones financieras con organizaciones que podrían tener intereses en el artículo publicado, en los últimos tres años; y no tener otras relaciones o actividades que podrían influir sobre el artículo publicado. El formulario puede ser solicitado contactando a la autora responsable.

### Colaboradores

Las autoras declaran que en la elaboración de este artículo colaboró Bruno Lopez de la Vega.

## Referencias

1. Mackay J, Eriksen M. The Tobacco Atlas. Geneva: World Health Organization, 2002. ↑ | [Link](#) |
2. Da Costa VL, Audera-López C. Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco: una respuesta global para una epidemia global. Primer informe sobre el combate al tabaquismo. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública, OMS, 2005:335-363. ↑
3. Contreras M. Proposición con punto de acuerdo referente a los recursos adicionales por las modificaciones aprobadas al impuesto especial sobre producción y servicio sobre el tabaco. Recinto de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, 03 de noviembre de 2010. ↑ | [Link](#) |
4. Valdés-Salgado R, Lazcano-Ponce EC, Hernández-Avila M. Primer informe sobre el combate al tabaquismo. México ante el Convenio Marco para el Control del Tabaco. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública, 2005. ↑ | [Link](#) |
5. Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad. 18 de febrero de 1988. ↑ | [Link](#) |

Figuras

### ¿En la actualidad fumas?

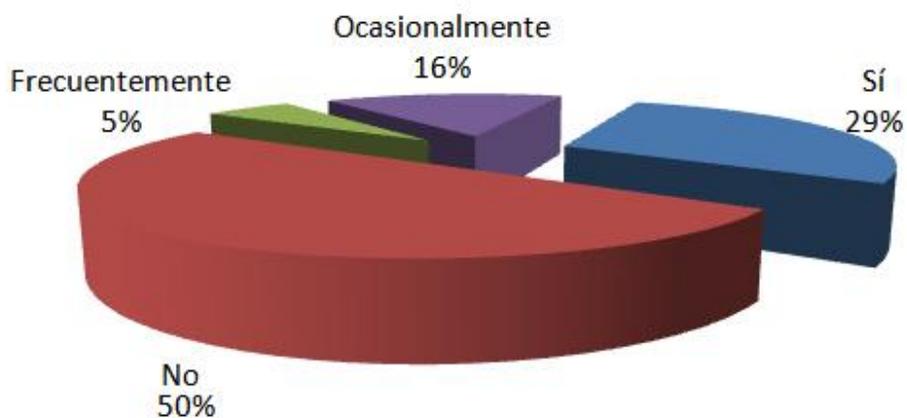


Figura 1. Cantidad de jóvenes encuestados fumadores y su frecuencia de consumo.

### ¿Cómo iniciaste tu consumo?



Figura 2. Forma del inicio del consumo de los jóvenes encuestados.

### Te iniciaste a fumar por que imitabas a:

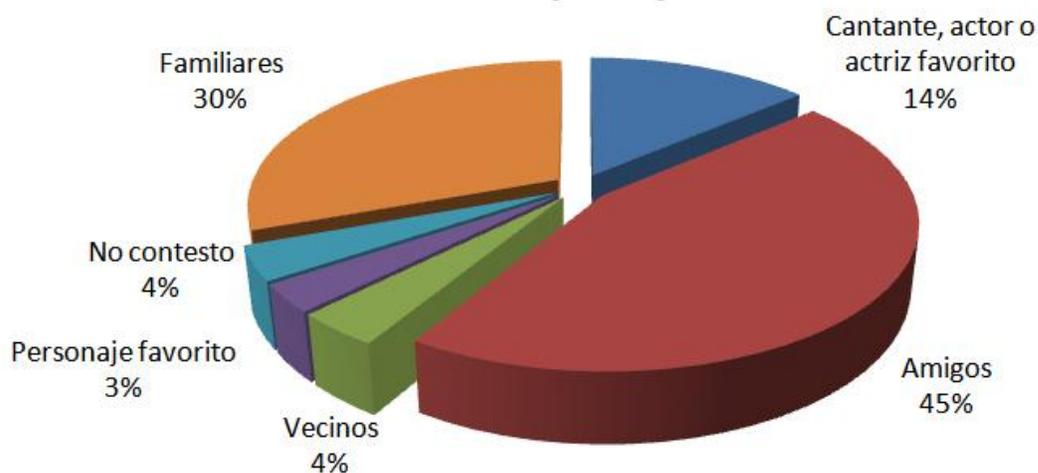


Figura 3. Influencia de personas en la iniciación al tabaquismo de los jóvenes encuestados.

### Los medios de comunicación te influyen para que fumes

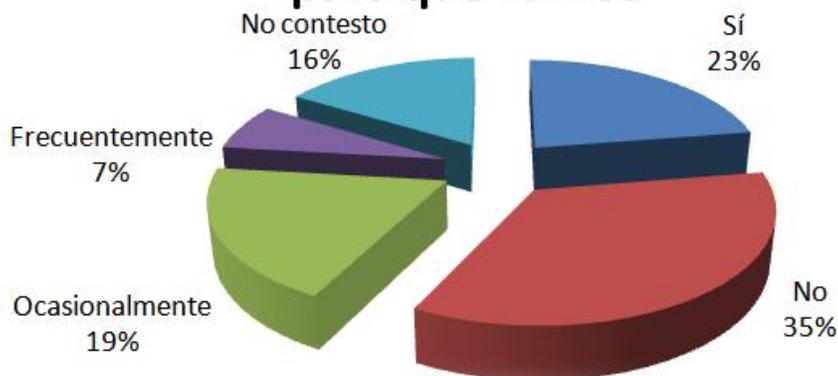
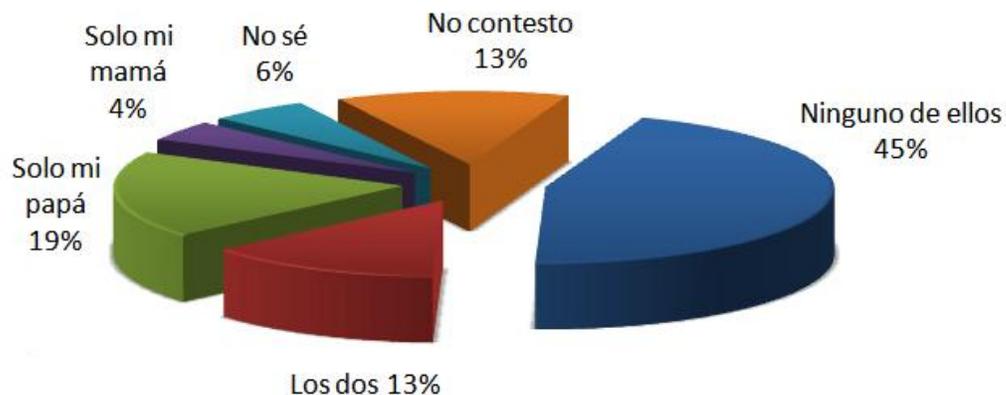


Figura 4. Influencia de los medios de comunicación en el acto de fumar de los jóvenes encuestados.

## Tus padres fuman



**Figura 5.** Cantidad de padres fumadores que hay entre los jóvenes encuestados.

## Alguno de tus mejores amigos o amigas fuma



**Figura 6.** Cantidad de amigos fumadores que hay entre los jóvenes encuestados.

## Si uno de tus mejores amigas(o) te ofreciera un cigarro ¿Fumarías?



**Figura 7.** Posibilidad de fumar si un amigo(a) le ofreciera cigarrillo a los jóvenes encuestados.

### Correspondencia a:

<sup>(1)</sup>Unidad Académica Profesional de Nezahualcoyotl, Universidad Autónoma del Estado de México  
Avenida Bordo de Xochiaca sin número, Colonia Benito Juárez  
Nezahualcoyotl, Estado de México, México



Esta obra de Medwave está bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 3.0 Unported. Esta licencia permite el uso, distribución y reproducción del artículo en cualquier medio, siempre y cuando se otorgue el crédito correspondiente al autor del artículo y al medio en que se publica, en este caso, Medwave.