

# Influencia de la publicidad y la información escolar en el consumo de cigarrillo en adolescentes

*Influence of publicity and school information in cigarette consumption in adolescents*

Sandra Patricia Moreno Reyes MSc en administración en salud. Docente Universidad Santiago de Cali. E-mail: Sandra.moreno04@usc.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-6790-8644> (Autor de correspondencia), Freiser Eceomo Cruz Mosquera: MSc en Epidemiología. Universidad Santiago de Cali. E-mail: freiser.cruz00@usc.edu.co. <http://orcid.org/0000-0001-7584-4636>, Anisbed Naranjo Rojas MSc en Gerencia en Servicios de Salud. Universidad Santiago de Cali. E-mail: anisbed.naranjo00@usc.edu.co. <https://orcid.org/0000-0001-7676-8284>

## Resumen

**Introducción:** El consumo de cigarrillo en adolescentes es un problema cada vez más frecuente a nivel mundial; este hábito se asocia a diversos factores entre los que se encuentra la publicidad en sus distintas formas y su prevención implica la sensibilización en distintos escenarios entre ellos la escuela.

**Objetivo:** determinar la influencia de la publicidad y la información suministrada en el ámbito escolar en el consumo de cigarrillo en adolescentes de 6 instituciones educativas públicas de la ciudad de Palmira-Colombia en el año 2018.

**Método:** Estudio de corte transversal, en 205 estudiantes de seis colegios públicos los cuales fueron seleccionados a través de un muestreo aleatorio estratificado. El análisis se realizó en SPSS 24, las variables cualitativas se expresaron como proporciones y las variables cuantitativas como mediana y promedios con sus respectivas medidas de dispersión; la diferencia de proporciones se estableció con el test de  $\chi^2$ . Para determinar los ítems de publicidad e información escolar relacionados con el consumo de cigarrillo se calcularon *OR* crudos y ajustados, considerando un valor  $P < 0,05$  como estadísticamente significativo.

**Resultados:** La prevalencia de consumo de cigarrillo fue de 18.5%, siendo el consumo más frecuente en mujeres; en el modelo final se identificaron como factores de riesgo recibir alguna vez ofrecimiento para consumir cigarrillo gratis (*OR*: 6,7 IC95% 3,0-14,6) y factor protector escuchar mensajes en contra del tabaco (*OR*: 0,38 IC95% 0,17-0,87) **Conclusiones:** Algunas formas de publicidad sobre y en contra del tabaco se relacionan con el consumo de cigarrillo.

**Palabras claves:** Adolescentes, Tabaco, Factores de riesgo, Publicidad.

## Abstract

**Introduction:** Cigarette smoking in adolescents is an increasingly frequent problem worldwide; this habit is associated with various factors among which advertising is found in its different forms and its prevention implies awareness in different scenarios including the school.

**Objective:** to determine the influence of advertising and information provided in the school environment in the consumption of cigarettes in adolescents of 6 public educational institutions of the city of Palmira - Colombia in 2018

**Method:** Cross-sectional study, in 205 students of six public schools which were selected through a stratified random sampling. The analysis was performed in SPSS 24, the qualitative variables were expressed as proportions and the quantitative variables as median and averages with their respective dispersion measures; The difference in proportions was established with the  $\chi^2$  test. To determine the advertising and school information items related to cigarette consumption, raw and adjusted Odds ratio were calculated, considering a  $P$  value  $< 0.05$  as statistically significant.

**Results:** The prevalence of cigarette smoking was 18.5%, being the most frequent consumption in women; In the final model, risk factors were once received to receive an offer to consume free cigarettes (*OR*: 6.7 IC95% 3.0-14.6) and protective factor to listen to messages against tobacco (*OR*: 0.38 IC95 % 0.17-0.87)

**Conclusions:** Some forms of publicity about and against tobacco are related to cigarette smoking.

**Keywords:** Adolescent, Tobacco, Risk factor, Publicity

A pesar de las múltiples enfermedades asociadas al consumo de cigarrillo, el uso de este producto tabáquico es cada vez más frecuente y sus inicios en la mayoría de los casos es en la adolescencia<sup>1,2</sup>. De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS) el consumo de cigarrillo constituye un problema de salud pública a nivel mundial y afecta a 1 de cada 10 adolescentes entre los 13 y 15 años, particularmente aquellos que residen en países de ingresos bajos y medios<sup>3</sup>.

Existen diversos factores a los que se les atribuye el consumo de cigarrillo en el grupo etario en mención, entre ellos el círculo social, la disfunción familiar, tener padres fumadores, no creer que sea perjudicial y por último, la exposición a la publicidad sobre este producto<sup>4,5</sup>. La industria tabacalera ha venido dirigiendo campañas masivas con el fin de reclutar nuevos consumidores que sustituyan a aquellos que abandonan el hábito o en el peor de los casos fallecen, siendo una de las poblaciones objetos los adolescentes, los cuales constituyen un blanco fácil y atractivo si se tiene en cuenta que están en una edad de exploración, en la que de forma paulatina se alejan del control familiar y adoptan conductas que perduran por el resto de la vida<sup>6,7</sup>.

Entre los estudios que sostienen que la exposición a la publicidad en cualquiera de sus formas aumenta el consumo de tabaco se encuentra el realizado por Montes et al<sup>8</sup>, quienes hallaron que la publicidad sobre el tabaco en los medios escritos es alta y está direccionada particularmente a los jóvenes, lo que hace que 4 de cada 10 lectores totales reciban dicho impacto publicitario. Por otro lado, una revisión sistemática realizada por la colaboración Cochrane en la que se incluyeron 19 investigaciones reportó que los adolescentes eran más conscientes de la publicidad sobre el tabaco y que se muestran más receptivos a ella y tienen una posibilidad mayor de fumar<sup>9</sup>.

En vista de lo anterior, en algunos países la publicidad sobre el tabaco ha sido abiertamente prohibida. En el caso de Colombia, uno de los países que más esfuerzos han realizado en la materia, a partir de la Ley 1335 de 2009 se prohibió toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco así como la exhibición de estos productos<sup>10</sup>. Sin embargo estudios recientes señalan que sólo el 12% de la población mundial y el 27% en América Latina viven en países donde dichas restricciones se han implementado a cabalidad y son acatadas<sup>11,12</sup>.

Los datos presentados con antelación indudablemente exigen la ejecución de medidas preventivas adicionales en todos los escenarios en los que habitualmente los adolescentes desarrollan sus actividades diarias, en este contexto cobra importancia la información suministrada en las instituciones educativas, la cual puede influir notablemente en la decisión de consumir o no cigarrillo. En un estudio realizado por Rodríguez et al<sup>13</sup>, evidencian que uno de los principales baluartes para la disminución del tabaquismo es el trabajo preventivo en los centros educativos.

A partir de lo anterior se plantea el presente estudio el cual tiene como objetivo determinar la influencia de la publicidad

y la información suministrada en el ámbito escolar en el consumo de cigarrillo en adolescentes de 6 instituciones educativas públicas de la ciudad de Palmira - Colombia durante el año 2018.

## Materiales y métodos

### Diseño y participantes

Estudio de corte transversal, realizado a partir de datos secundarios obtenidos en el marco del macroproyecto “Prevalencia y factores asociados al consumo de productos tabáquicos en adolescentes escolarizados de la ciudad de Palmira 2018” financiado por la Dirección General de Investigaciones de la Universidad Santiago de Cali. Se incluyeron adolescentes entre los 11 y 19 años de edad, vinculados a 6 colegios estatales de la Ciudad de Palmira-Colombia los cuales emitieron su aprobación.

El censo de estudiantes entre los grados sexto a undécimo de las seis instituciones educativas era 3.566, para el cálculo del tamaño de muestra se utilizó la ecuación para estimar proporciones con factor de corrección a partir de los siguientes datos: Proporción esperada 17%, nivel de confianza del 95% y error estándar admisible 5% obteniendo un n: 205 estudiantes. La selección de los sujetos a estudio se realizó a través de un muestreo estratificado para cada uno de los colegios con asignación suavizada.

En la fase de recolección de la información cuatro sujetos previamente capacitados en los aspectos esenciales del instrumento asistieron a las instituciones por espacio de un mes en el primer semestre del año 2018. El instrumento usado fue la Encuesta EMTAJOVEN cuyos ítems en su versión original fueron estipulados por la iniciativa libre de tabaco de la Organización mundial de la Salud y UNICEF, revisado y adaptado en Colombia en el 2001 por el Instituto Nacional de Cancerología<sup>14</sup>. Previo a la implementación de la encuesta, el proyecto fue socializado a la comunidad estudiantil y se indagó sobre el deseo de participar en el estudio, el cual fue manifestado por él adolescente y su tutor.

Se utilizaron variables sociodemográficas como la edad, sexo, grado escolar de acuerdo a la denominación colombiana (sexto a undécimo), religiosidad y nivel académico de los padres. Por otro lado, se incluyeron variables relacionadas con la categoría “publicidad” del cuestionario EMTAJOVEN como son exposición a mensajes sobre o en contra del tabaco en eventos públicos, ver actores fumando en la televisión, tener prendas con logotipos alusivos al cigarrillo, anuncios publicitarios sobre cigarrillo en periódicos y revistas, la percepción sobre la influencia de la publicidad en la decisión de fumar y haber recibido alguna vez en su vida la invitación a probar una muestra gratis de cigarrillo.

Por otro lado, se tuvo en cuenta variables relacionadas con la información suministrada en el entorno escolar como: dialogar acerca de los peligros o efectos de fumar y conversar sobre las razones por las que los adolescentes fuman. Las respuestas politómicas fueron agrupadas de manera dicotó-

micas de acuerdo a su característica, eximiendo las respuestas ambiguas. Finalmente, se consideraron aspectos sobre el consumo de cigarrillo entre ellos: hábito de fumar, edad de inicio de consumo, cantidad de cigarrillos fumados en un mes, número de días en lo que consume el producto, marcas de cigarrillo y gastos por cajetilla.

### Análisis estadístico

El análisis de los datos se realizó en el paquete estadístico SPSS versión 24. Para establecer la normalidad de las variables se utilizó el test de Kolmogorov Smirnov con corrección de Lilliefors. Las variables cuantitativas fueron expresadas como promedio y mediana acompañadas de la desviación estándar y distancia P25 –P75 respectivamente, adicionalmente las variables cualitativas se describieron como porcentajes. Para establecer diferencia de proporciones se usó el test de Chi 2 asumiendo una P menor de 0,05 como estadísticamente significativa; adicionalmente la asociación cruda entre las variables independientes y el consumo de tabaco se estimó a través de OR con sus respectivos intervalos de confianza del 95%. Finalmente se realizó una regresión logística binaria con bondad de ajuste de Hosmer-Lemeshow y método “wald hacia atrás”, utilizando las variables que en el análisis univariado presentaron una significancia estadística <0,20.

### Aspectos éticos

La investigación siguió los lineamientos éticos de la resolución 8430 del Ministerio de salud de Colombia y de la declaración del Helsinki; el protocolo contó con el aval ético de la Universidad Santiago de Cali y la aprobación de las instituciones involucradas, así como de la secretaria de educación de la ciudad. Todos los participantes diligenciaron consentimiento o asentimiento informado y sus datos fueron tratados de forma confidencial.

## Resultados

El 58% de los sujetos encuestados eran de sexo femenino, con una edad promedio de 15 años  $\pm$  1.8, el 60% cursaban entre noveno y undécimo grado y en su mayoría (66%) manifestaron no practicar ninguna religión. **Ver tabla 1.** Referente al consumo de cigarrillo, se encontró una prevalencia del 18.5%, siendo más frecuente en el sexo femenino (60%). La mediana de edad de inicio de consumo fue de 13 años ( $P_{25}$  –  $P_{75}$ : 10-14), el 63% de los que refirieron tener este hábito estaban en grados escolares avanzados (décimo y undécimo) y un 5% empezando su educación secundaria. Gran parte de los adolescentes (55%) que tienen el hábito de fumar, consumen un promedio de 9 cigarrillos DE  $\pm$ 6.

Con relación a las marcas de cigarrillos se evidenció que las más consumidas fue Kool (29%) seguido de Marlboro (8%) y Marshall (3%); el 26% consumían otro tipo de marcas y el 34% utilizaban varias a la vez. Referente a la mediana de gasto por cajetilla se halló un valor de \$2250 ( $P_{25}$  –  $P_{75}$ : 1,000 -3,000).

**Tabla 1. Características de la población de los adolescentes encuestados.**

	No	%
<b>Género</b>		
Masculino	118	58
Femenino	87	42
<b>Edad (años)</b>		
11 -13	48	23,4
14-16	110	53,6
17-19	47	23
<b>Grado escolar</b>		
Sexto	33	16
Séptimo	28	14
Octavo	22	10
Noveno	34	17
Décimo	45	22
Undécimo	43	21
<b>Religioso</b>		
SI	70	34
No	135	66
<b>Nivel académico madre</b>		
No tiene	1	1
No sabe	23	11
Primaria	95	46
Secundaria	53	26
Educación técnica	15	7
Pregrado	17	8
Posgrado	1	1
<b>Nivel académico Padre</b>		
No tiene	24	12
No sabe	50	24
Primaria	40	20
Secundaria	65	32
Educación técnica	11	5
Pregrado	15	7
Posgrado	0	0

Al comparar las preguntas relacionados con la exposición a publicidad en consumidores y no consumidores de cigarrillos se evidencia que el grupo de sujetos que no consume este producto vio con mayor frecuencia mensajes en contra del mismo (54% vs 29%  $P=0,009$ ) por otro lado, se encuentra que los encuestados que reconocen la influencia de la publicidad en la decisión de fumar y haber recibido ofrecimientos para probar de forma gratuita el producto son más frecuentes en el grupo de fumadores que en el de aquellos que no consumen cigarrillos. Referente a la información suministrada en el ámbito escolar se encuentra que dialogar en algunas materias, sobre los efectos de fumar en términos físicos y las razones por las que los adolescentes fuman es más frecuente en los no consumidores **Ver tabla 2.**

Al realizar los cálculos de la OR cruda de las variables sociodemográficas y relacionadas con la exposición a la publicidad y la información escolar sobre el cigarrillo se establecen como factores de riesgo el sexo femenino (OR= 2,46 IC95% 1,15 -5,0) estar en grados escolares avanzados (OR=3 IC95% 1,3-7,0) considerar que la publicidad sobre el cigarrillo influye en la decisión de fumar (OR=3,3 IC95% 1,4-7,7) y como factor protector, la exposición a mensajes en contra del cigarrillo (OR=0,34 IC95% 0,16-0,74), dialogar en la escuela sobre las razones por las que los adolescentes

fuman (OR=0,33 IC95% 0,15-0,71) y los efectos en términos físicos del cigarrillo (OR=0,29 IC95% 0,14-0,62).

Con relación al modelo de regresión binaria se encuentra que es estadísticamente significativo (P=0,001) y deja en evidencia que los factores sociodemográficos y de publicidad que se asocian de forma independientes al consumo de cigarrillo son el ofrecimiento de cigarrillo gratis por parte de promotores y escuchar mensajes en contra de este producto, lo cual constituye un factor protector. **Ver tabla 3.**

**Tabla 2. Comparación de las preguntas relacionadas con la publicidad en consumidores y no consumidores de cigarrillo.**

	Consumidores de cigarrillo	No consumidores de Cigarrillo	Valor P
	(n=38)	(n:167)	
Dialogar en las materias escolares sobre los peligros de fumar	27(71%)	123(73%)	0,9
Dialogar en las materias escolares sobre las razones por las que los adolescentes fuman	11(28%)	92(55%)	0,006
Dialogar sobre los efectos de fumar en términos físicos	13(34%)	106(63%)	0,001
Exposición a mensajes en contra del tabaco en eventos públicos	11(29%)	90(54%)	0,009
Ver actores fumando en la televisión	34(89%)	148(88%)	0,89
Uso de objetos con logotipo	10 (26%)	27(16%)	0,2
Exposición a mensajes sobre el cigarrillo en eventos públicos	28(74%)	106(63%)	0,3
Reconocer la influencia de la publicidad en la decisión de fumar	30(79%)	88(53%)	0,005
Ofrecimiento alguna vez de cigarrillo gratis por parte de un promotor	22(58%)	27(16%)	0,001

**Tabla 3. Factores sociodemográficos, relacionados con la publicidad y consumo de cigarrillo.**

Variable	OR Crudo	IC 95%	Valor P	EXP(B)	IC95%
<b>Sexo</b>					
Femenino	2,46	1,1-5,0	0,02		
<b>Edad(años)</b>					
>16	0,9	0,4-1,9	0,5		
<b>Grado escolar</b>					
noveno – undécimo	3	1,3-7,0	0,006		
<b>Publicidad</b>					
Exposición a mensajes en contra del tabaco en eventos públicos	0,34	0,16-0,74	0,005	0,38	0,17-0,87
Ver actores fumando en televisión	1,09	0,34-3,4	0,5		
Uso de objetos con logotipos de cigarrillo	1,8	0,8 -4,2	0,14		
Exposición a mensajes sobre el cigarrillo en eventos públicos	1,6	0,7 -3,4	0,2		
Reconocer la influencia de la publicidad en la decisión de fumar	3,3	1,4-7,7	0,003		
Ofrecimiento alguna vez de cigarrillo gratis por parte de un promotor	7,12	3,3-15	0,001	6,7	3,0-14,6
<b>Información escolar</b>					
Dialogar en las materias escolares sobre los peligros de fumar	0,87	0,4-1,9	0,7		
Dialogar en las materias escolares sobre las razones por las que los adolescentes fuman	0,33	0,15-0,71	0,003		
Dialogar sobre los efectos de fumar en términos físicos	0,29	0,14-0,62	0,001		

En el presente estudio se evidenció una frecuencia de consumo de cigarrillo de 18.5%, dato similar a lo reportado en el Informe Regional de las Américas sobre el Control del Tabaco, en el que se evidenció en países como Argentina una prevalencia de 19,6% (17,4% hombres y 21,5% mujeres) y Chile de 23% (17,4% hombres y 26,4% mujeres)<sup>12</sup> Como se puede apreciar, al igual que se encontró en la presente investigación, son cada vez más los estudios sobre tabaquismo en adolescentes que muestran un mayor hábito de consumo en mujeres, distribución que resultaba atípica hasta hace algunos años pero que en la actualidad tiene sustento en el evidente cambio del rol social de este sexo. En concordancia con lo anterior, Hedman et al<sup>15</sup> en una cohorte de 224 adolescentes sometidos a un seguimiento por espacio de 8 años encontraron que el sexo femenino constituye un factor de riesgo para consumir productos tabáquicos. (OR: 1.95 IC 95%: 1,11 – 3,41).

En cuanto a la edad de inicio del consumo, en el presente estudio se encontró que fue de 13 años, la misma edad reportada en la encuesta del Ministerio de salud pública de Guatemala<sup>16</sup>, la encuesta mundial de tabaquismo en jóvenes 2016 realizada en Chile<sup>17</sup> y el informe epidemiológico sobre el consumo de tabaco de Argentina<sup>18</sup>. En el caso de México, de acuerdo a lo reportado por Rizo et al<sup>4</sup> dicha edad es similar (14 años).

El consumo de cigarrillo en adolescentes es desde luego un evento multifactorial, en la presente investigación se estudió la influencia de factores relacionados con dos tópicos particulares, la publicidad en cualquiera de sus formas y la información suministrada en el entorno escolar. Referente a la publicidad, es menester mencionar que importantes estudios<sup>19,20,21</sup> de finales de los 80 y la primera mitad de los 90 reportaron su relación con el consumo de productos tabáquicos incluso en menores de edad; sin embargo, la estricta prohibición de la publicidad sobre el tabaco en algunos países de Sur América (entre ellos Colombia) no excede una década y el cumplimiento de la normatividad en algunos casos no es absoluto<sup>10-12</sup>.

Uno de los resultados encontrados en este estudio fue que la exposición a la publicidad a favor del tabaco en eventos públicos o ver actores fumando no se asocian al consumo de cigarrillo (OR: 1,6 IC95% 0,7-3,4) y (OR: 1,09 IC95% 0,34-3,4) respectivamente. Lo anterior no indica necesariamente que ésta resulte inocua, puede ser explicado en razón de que no todos los sujetos expuestos a un mensaje son realmente receptivos a él, aspecto que resulta necesario para que la publicidad genere el impacto esperado<sup>6,9</sup>. al respecto, Pierce et al, indica que los adolescentes que se exponen y son receptivos a la publicidad sobre el cigarrillo tienen mayor riesgo de usar este producto<sup>22</sup>. Por otro lado, a pesar de que en estudios anteriores el uso de objeto con logotipos alusivos al cigarrillo constituye un factor de riesgo con Odd ratio que van entre 2,2 y 8,8<sup>4,5</sup>, en este estudio no se encontró asociación (OR: 1,8 IC95% 0,8-4,2).

Con relación a los factores de riesgo detectados, se destaca que aquellos adolescentes a quienes se les ofreció cigarrillo gratis en algún momento de su vida tenían un riesgo mayor de fumar que sus pares (OR 6,7 IC95% 3,0-14,6). Lo anterior deja en evidencia que la promoción de este producto de forma directa y presencial parece tener mayor capacidad de persecución e influencia más aun cuando se suministran muestras gratuitas. Al respecto, un estudio adelantado por La Hera et al<sup>23</sup> con el propósito de establecer los factores de susceptibilidad y desincentivo al inicio de consumo de productos tabáquicos a partir de un análisis secundario de la Encuesta Mundial de Tabaquismo en Jóvenes de Bolivia en el año 2012 dejó en evidencia que del 13% de los jóvenes que se expusieron a este factor 67.1% era susceptible a fumar y de los jóvenes que nunca recibieron tales ofrecimientos el 72,4% no eran susceptibles a fumar.

Resulta preocupante que si bien este tipo de promociones en Colombia desde 2009 están prohibidas<sup>10</sup>, estudios realizados de manera posterior, al igual que la presente investigación demuestra que los jóvenes aún siguen expuestos a estas estrategias publicitarias; a propósito de lo anterior Patiño et al<sup>24</sup> reportaron un 15% de distribución gratuita de cigarrillo particularmente a personas del sexo masculino.

Referente a los factores protectores, se evidenció que los sujetos que estuvieron expuestos a la publicidad en contra del tabaco en eventos públicos tenían menor oportunidad de consumir cigarrillo (OR 0,38 IC 95% 0,17-0,87) aspecto que constituye un espaldarazo a las distintas estrategias publicitaria que se han venido adelantando en Colombia y todo el mundo en contra del consumo de este producto. De acuerdo a algunos estudios, la publicidad en contra el tabaco resultan efectivas, en este sentido Triunfo et al<sup>25</sup> tras realizar un balance acerca de las campañas antitabaco adelantadas en Uruguay, a partir de la revisión de varios estudios concluyeron que las estrategias implementadas lograron reducir de forma significativa el consumo de productos tabáquicos en la población general, particularmente en dos grupos sensibles las mujeres embarazadas y jóvenes. Desde otra perspectiva, un estudio demuestra que tienen mayor oportunidad de fumar los sujetos que menos han percibido avisos y mensajes sobre aspectos dañinos del tabaco<sup>4</sup>.

Al evaluar los aspectos relacionados con la información suministrada en el entorno escolar sobre los efectos nocivos derivados del consumo de cigarrillo, se evidenció a partir de los OR crudos que dialogar en las materias escolares sobre las razones por las que los adolescentes fuman y recibir información sobre los efectos que el consumo de cigarrillo genera en términos físicos se comportan como factores protectores (OR 0,33 IC95% 0,15-0,71) y (OR 0,29 IC95% 0,14-0,62) respectivamente. La importancia de la información escolar también ha quedado en evidencia en otras investigaciones, Espada et al<sup>26</sup> comprobaron que las intervenciones realizadas en el escenario escolar consolidan las actitudes favorables de los adolescentes hacia la legislación que restringe fumar, y las actitudes desfavorables hacia los modelos sociales de fumadores y la publicidad del tabaco. En consonancia con lo anterior, Pelegrin<sup>27</sup> evidenció que tras

la ejecución de una intervención educativa el conocimiento sobre los aspectos del tabaquismo aumentó y la prevalencia de consumo disminuyó.

Con relación a las limitaciones del estudio, dado que el análisis se realizó a partir de datos secundarios, en la medición antes realizada no se contemplaron variables relacionadas con la exposición a la publicidad en el internet particularmente en las redes sociales y plataformas musicales, las cuales son indudablemente el escenario virtual en donde los adolescentes permanecen gran parte de su tiempo y las estrategias publicitarias que incitan al consumo de distintos productos tabáquicos es frecuente y no están ampliamente reguladas<sup>28,29</sup>. Por otro lado, en la investigación solo se incluyeron adolescentes institucionalizados de colegios públicos, los cual puede limitar la capacidad de extrapolación de los datos a sus pares con características distintas.

## Conclusiones

El consumo de tabaco continúa siendo un problema muy serio para la Salud Pública a nivel mundial. A pesar del esfuerzo a través del desarrollo de una legislación efectiva en contra del tabaco para evitar su promoción y controlar su consumo, el fenómeno del tabaquismo sigue hoy día atrapando muchas personas desde la edad adolescente, en especial a las mujeres, quienes progresivamente han ido alcanzando a los hombres en este hábito, llegando incluso a convertirse en un factor de riesgo para fumar el hecho de ser mujer. Factores como un grado de escolarización alto y la publicidad que invita a su consumo, sobre todo aquella acompañada de eventos donde se regalen cigarrillos también se asocian de manera directa al inicio de fumar de los jóvenes.

Sin embargo sigue siendo fundamental el papel de la educación para informar sobre los efectos nocivos del tabaco, especialmente en el ámbito escolar donde es propicio incentivar una cultura de protección y de cuidado de su propia salud.

## Referencias

1. Martínez J, Peñuela M. Prevalencia y factores asociados al consumo de cigarrillo tradicional en adolescentes escolarizados. *Rev. Méd. Chile* 2017; 45(3):309-318. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872017000300004>
2. Alcaraz A, Caporale J, Bardach A, Augustovski F, Pichon A. Carga de enfermedad atribuible al uso de tabaco en Argentina y potencial impacto del aumento de precio a través de impuestos. *Rev Panam Salud Pública* 2016;40(4):204-12. URL: [http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/31301/v40n4a04\\_204-12.pdf?sequence=1](http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/31301/v40n4a04_204-12.pdf?sequence=1)
3. Lando H, Hipple B, Muramoto M, Klein J, Prokhorov A, Ossip D, et al. El tabaco es un problema que afecta a los niños en el mundo entero. *Boletín de la Organización Mundial de la Salud* 2010;88:2-2. DOI: 10.2471/BLT.09.069583
4. Rizo M, Peña A, Vázquez M, Kuzmar I, Castell E. Factores de riesgo de consumo de tabaco en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Hipertensión* 2018; 13(5):354-359. URL: [http://www.revhiperten-sion.com/rlh\\_5\\_2018/factores\\_de\\_riesgo\\_de\\_consumo.pdf](http://www.revhiperten-sion.com/rlh_5_2018/factores_de_riesgo_de_consumo.pdf)
5. Ruiz A, Beverido P, Salas B, Ortiz M. Publicidad y consumo de tabaco en mujeres de la ciudad de México. *Revista Médica de la Universidad Veracruzana* 2018;18(1):57-74. URL: <https://www.mediagraphic.com/pdfs/veracruzana/muv-2018/muv181f.pdf>
6. Pierce J, García M, Saltó E, Schiaffino A, Fernández E. La publicidad del tabaco, ¿incrementa el hábito de fumar entre los adolescentes? Datos desde California. *Gac Sanit.* 2002;16(2):69-76. URL: <http://www.gacetasanitaria.org/es-pdf-13042667>
7. DiFranza J, Wellman R, Sargent J, Weitzman M, Hipple B, Winickoff J. Tobacco promotion and the initiation of tobacco use: assessing the evidence for causality. *Pediatrics* 2006; 117(6): 1237-1248. DOI: 10.1542/peds.2005-1817
8. Montes J, Álvarez ML. Tabaco y medios de comunicación escritos en España: Una atracción fatal. *Gac Sanit.* 2006;1(20):59-62. DOI: <https://doi.org/10.1157/13084130>
9. Lovato C, Watts A, Stead LF. Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours. *Cochrane Database Syst Rev* 2011;(10):CD003439. <http://dx.doi.org/10.1002/14651858>
10. Colombia. Congreso de la República. Ley 1335 de 2009 julio 21 por la cual se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana. Bogotá: Congreso de la Republica; 2009
11. The World Health Organization. Who report on the global tobacco epidemic. Geneva: WHO, 2015.
12. Organización Panamericana de la Salud. Informe sobre el control del tabaco en la región de las Américas. A 10 años del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco. Washington, DC: OPS, 2016
13. Rodríguez J. El tabaco en la escuela: una propuesta de intervención desde el área de Educación Física. *Revista digital* 2010; 15(143). URL: <https://www.efdeportes.com/efd143/el-tabaco-en-la-escuela.htm>
14. Wiesner C, Peñaranda D. Encuesta Mundial de Tabaquismo en jóvenes reporte de Bogotá, Colombia. *Rev. colomb. Cancerol* 2002; 6(4):5-14
15. Hedman L, Andersson M, Stridsman C, Rönmark E. Evaluation of a tobacco prevention programme among teenagers in Sweden. *BMJ Open* 2015; 5(5): 1-7. DOI: <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2015-007673>
16. Ministerio de salud de Guatemala, Encuesta Mundial de tabaquismo en jóvenes 2016. Disponible en, <http://epidemiologia.mspas.gob.gt/files/Publicaciones%202018/Enfermedades%20No%20Transmisibles/Encuesta%20Mundial%20de%20Tabaquismo%20Completo.pdf> citado julio 27 2019.
17. Ministerio de salud de Chile y la Organización de la salud Panamericana y Mundial de salud. Puesto mundial de tabaquismo en jóvenes EMTJ 2016. Disponible en: [https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/10/EMTJ2016\\_17\\_10\\_2017\\_VF.pdf](https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/10/EMTJ2016_17_10_2017_VF.pdf)
18. Secretaría de programación para la prevención de la drogadicción y lucha contra el narcotráfico. Informe epidemiológico sobre el consumo de tabaco en Argentina. 2016. Citado el julio 27 2019. Disponible en: <http://www.observatorio.gov.ar/media/k2/attachments/InformeZEpidemiologicoZsobreZelZConsumoZdeZTabacoZenZArgentina.ZAbrilZ2016.pdf>

19. Pierce J, Gilpin E. A historical analysis of tobacco marketing and the uptake of smoking by youth in the United States: 1890-1977. *Health Psychol* 1995;14:500-8.
20. Andrews R, Franke G. The determinants of cigarette consumption: A meta-analysis. *Journal of Public Policy and Marketing*. 1991; 10:81-100. DOI: <https://doi.org/10.1177/074391569101000107>
21. Pierce J, Lee L, Gilpin E. Smoking initiation by adolescent girls 1944-1988. An association with targeted advertising. *JAMA* 1994; 271:608-11.
22. Pierce J, Sargent J, Portony D, Blanco M, Noble M, Kealey S, et al. Association Between Receptivity to Tobacco Advertising and Progression to Tobacco Use in Youth and Young Adults in the PATH Study. *JAMA Pediatr*. 2018 May 1;172(5):444-451. DOI: [10.1001/jamapediatrics.2017.5756](https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2017.5756).
23. La Hera G, Torres R, Rada J. Seducción y aversión: factores de susceptibilidad y desincentivo al inicio del consumo de tabaco entre adolescentes en Bolivia. *Salud Pública Mex* 2017; 59(supl 1):S73-S79. DOI: <http://doi.org/10.21149/7729>
24. Patiño L, Zapata D, Olaya A. Conocimientos y actitudes de los universitarios sobre el consumo de cigarrillo y las normas que lo regulan con respecto a sus prácticas, Medellín, 2013. *Rev. Gerenc. Polít. Salud*. 2014; 13(27):334-347. DOI: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.rgyps13-27.cauc>
25. Triunfo P, Harris J, Balsa A. Evaluación de la campaña antitabaco en Uruguay: balance de diez años y desafíos. *Rev Panam Salud Pública*. 2016; 40(4):256-62. URL: [https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource\\_ssm\\_path=/media/assets/rpsp/v40n4/1020-4989-RPSP-40-04-256.pdf](https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/rpsp/v40n4/1020-4989-RPSP-40-04-256.pdf)
26. Espada J, Rosa A, Méndez F. Eficacia de los programas de prevención escolar de drogas con metodología interactiva *Salud y drogas* 2013; 3(2):61-81. URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83930205>
27. Pelegrín N, Machín T, García M. Intervención educativa sobre tabaquismo en adolescentes de la enseñanza media del municipio de Pinar del Río. *Universidad Médica Pinareña* 2013;9(1). URL: <http://galeno.pri.sld.cu/index.php/galeno/article/view/123/95>
28. Forsyth S, Malone R. "I'll be your cigarette—Light me up and get on with it": Examining smoking imagery on YouTube, *Nicotine & Tobacco Research* 2010; 12(8):810-816. DOI: <https://doi.org/10.1093/ntr/ntq101>
29. Freeman B, Chapman S. British American Tobacco on Facebook: undermining Article 13 of the global World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control. *Tob Control* 2010;19(3):1-9. DOI: [10.1136/tc.2009.032847](https://doi.org/10.1136/tc.2009.032847)

### Indices y Bases de Datos:

AVFT está incluida en las bases de datos de publicaciones científicas en salud:

**OPEN JOURNAL SYSTEMS**

**REDALYC** (Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal)

**SCOPUS** de Excerpta Medica

**GOOGLE SCHOLAR**

**Scielo**

**BIREME** (Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud)

**LATINDEX** (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal)

**Índice de Revistas Latinoamericanas en Ciencias** (Universidad Nacional Autónoma de México)

**LIVECS** (Literatura Venezolana de Ciencias de la Salud)

**LILACS** (Literatura Latinoamericana y del Caribe en Ciencias de la Salud)

**PERIÓDICA** (Índices de Revistas Latinoamericanas en Ciencias)

**REVENCYT** (Índice y Biblioteca Electrónica de Revistas Venezolanas de Ciencias y Tecnología)

**SABER - UCV**

**EBSCO Publishing**

**PROQUEST**

[www.revhipertension.com](http://www.revhipertension.com)

[www.revdiabetes.com](http://www.revdiabetes.com)

[www.revsindrome.com](http://www.revsindrome.com)

[www.revistaavft.com](http://www.revistaavft.com)