

DISEÑO DE PROGRAMA VISUAL DE PERSUASIÓN Y PREVENCIÓN DEL CONSUMO
DE TABACO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

Autor: JOHANA FERNANDA CABRERA SALAS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO
SAN JUAN DE PASTO
JUNIO DE 2019

Autor: JOHANA FERNANDA CABRERA SALAS

DISEÑO DE PROGRAMA VISUAL DE PERSUASIÓN Y PREVENCIÓN DEL CONSUMO
DE TABACO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

OMAR FRANCO

Asesor trabajo de grado.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO
SAN JUAN DE PASTO
JUNIO DE 2019

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado, son responsabilidad exclusiva de los autores”.

Art. 1 del acuerdo N° 32 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, octubre 18 del 2019

AGRADECIMIENTOS

Gracias al universo por su energía para respirar un día más y seguir adelante alcanzando todas mis metas.

A toda mi familia por su preocupación y entrega en este tiempo.

A mi pareja sentimental por todo su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida.

A mi abuelita por ayudarme con mi pequeño niño para desarrollar mi labor, a mi asesor Omar Franco por su sinceridad y su apoyo académico en el desarrollo de este trabajo; a mis amigos de la unidad de salud por su confianza en que este sería un gran proyecto lleno de buenos resultados.

RESUMEN

El nombre del proyecto “**NEGRAS ASPIRACIONES**”, está inspirado en la frase del filósofo griego Platón “la libertad está en ser dueños de la propia vida”. El presente proyecto se basa en la elaboración de piezas de comunicación visual impresas a gran formato creadas a partir del análisis, la investigación de la problemática del consumo de tabaco en la universidad de Nariño; donde el objetivo central es disuadir a los fumadores activos, y potenciales, sobre los efectos nocivos que causa en su salud; dichas piezas estarán puesta en escena en las diferentes locaciones del campus universitario. Este método de persuasión se usara de manera transgresora, pensado en causar en nuestros espectadores un impacto visual enfocado en el daño latente que puede ocasionar el consumo de cigarrillo, dejando al descubierto complicaciones que conllevan los fumadores al tener este hábito en sus vidas.

La impresión a gran formato es planteada para atraer la atención de las personas que transiten cerca de estos espacios sin que sean ignoradas; se atiza la fotografía como herramienta principal debido a que este medio es realista y práctico para mostrar tales alteraciones de la salud de un fumador. La idea global de este proyecto es educar, frenar en un gran porcentaje el consumo y el aumento de potenciales consumidores dentro de las instalaciones universitarias, para así crear un ambiente de sano esparcimiento y libre de contaminación de humo de cigarrillo.

SUMMARY

The name of the project "BLACK ASPIRATIONS", is inspired by the phrase of the Greek philosopher Plato "freedom is in owning one's life". This project is based on the elaboration of large format printed visual communication pieces created from the analysis, research on the problems of tobacco use at the university; where the central objective is to deter potential smokers, active on the harmful effects it causes on their health; these pieces will be staged at the different locations of the university campus. This method of persuasion will be used in a transgressive way, thought to cause a visual impact focused on the latent damage that can cause cigarette consumption, exposing complications that lead to smokers having this habit in their lives. Large format printing is designed to attract the attention of people who transit near these spaces without being ignored; photography is typed as the main tool because this medium is realistic and practical to show such alterations in the health of a smoker. The overall idea of this project is to educate, slow down in a large percentage the consumption and increase of potential consumers within the university facilities, in order to create an environment of healthy recreation and free of smoke-free cigarette.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	11
1. OBJETIVOS	12
1.1 OBJETIVO GENERAL	12
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	13
2.2 JUSTIFICACIÓN.....	14
3. MARCO TEÓRICO.....	16
3.1 HISTORIA DEL TABACO.....	16
3.2 CONOCIENDO EL ENTORNO DE LOS JÓVENES CON TENDENCIA ALCONSUMO DE CIGARRILLO.....	18
3.2.1 EFECTOS DEL HUMO EN EL HOGAR	18
3.2.2 HÁBITOS DE CONSUMO DE TABACO DE FAMILIARES Y AMIGOS.....	20
3.2.3 EL TABAQUISMO EN NUESTRA SOCIEDAD FUMAR ES UNA CONDUCTA APRENDIDA.....	21
3.2.4 MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES ADOLESCENTES EN EL CONSUMO DE TABACO.....	22
3.2.5 HÁBITOS DE CONSUMO DE JÓVENES EN LA UNIVERSIDAD.....	23
3.2.6 CONSUMO DE CIGARRILLO Y PRÁCTICAS CULTURALES EN CONTEXTOS UNIVERSITARIOS	24
3.3 ENFERMEDADES QUE PRODUCE ELCONSUMO DE CIGARRILLO.....	25
3.3.1 ENFERMEDADES DEL APARATO DIGESTIVO.....	25
3.3.2 ENFERMEDADES DEL SISTEMA CARDIOVASCULAR	25
3.3.3 ENFERMEDADES DEL APARATO RESPIRATORIO	25
3.3.4 OTRAS SECUELAS QUE DEJA EL CONSUMO DE TABACO	25
3.3.5 TABACO EN EL EMBARAZO	27
3.4 CAMPAÑAS	28
3.4.1 USO DEL CIGARRILLO ELECTRÓNICO CON NICOTINA.....	28
3.4.2 CAMPAÑA SOMOS MÁS SIN TABACO	30
3.4.2.1 ESTADÍSTICAS QUE RECOLECTO ESTA CAMPAÑA.	30

3.4.2.2 IMPACTO ECONÓMICO.....	32
3.4.3 CAMPAÑA “TUU”.....	33
3.5 LA FOTOGRAFÍA COMO MEDIO CONTUNDENTE DE COMUNICACIÓN.....	34
3.5.1. FOTOGRAFÍA IMPACTANTE “CRUDA”	34
3.6. CONCLUSIÓN DEL MARCO TEÓRICO	36
4 MATERIALES Y MÉTODOS.....	37
4.1. MATERIALES	37
4.2 MATERIALES FÍSICOS	37
4.3 MATERIALES TECNOLÓGICOS.....	37
4.4 MATERIALES INTANGIBLES	37
5. METODOLOGÍA	38
5.1 EL DISEÑO METODOLÓGICO ESTÁ BASADO EN LA ESTRUCTURA Y EN EL SUCESO COMUNICACIONAL DE HAROLD LASSWELL	39
6 DESARROLLO DEL PROYECTO GRAFICO	40
6.1. PROCESO GRAFICO	40
6.2. BTL	40
6.3.FOTOGRAFÍA.....	41
6.3.1. FOTOGRAFÍA TRASGRESORA.....	41
6.4. TIPOGRAFÍA	41
6.5. FORMATO	42
7. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO.....	43
8. RECOMENDACIONES.....	43
9. BIBLIOGRAFÍA.....	44

LISTA DE CUADROS

	Pág.
CUADRO1	33

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el consumo de cigarrillo en las nuevas generaciones se ha venido disipando de manera muy habitual, incluyendo el medio universitario, donde el consumista final por diferentes razones socio-culturales lleva a experimentar esta substancia a pesar del conocimiento de los daños que causa en su salud y su rendimiento académico, es por eso que el proyecto “Diseño de programa visual de persuasión y prevención del consumo de tabaco de la universidad de Nariño”, quiere desarrollar una campaña publicitaria donde podamos dar a conocer acerca de los prejuicios que causa a largo plazo el consumo de tabaco, una campaña con un diseño poco convencional, que cause un impacto en los jóvenes, y con una estética que logre impregnar en la mente de nuestro target group, para esto se recurrió a usar un método muy creativo llamado BTL siendo una práctica comunicativa que está fuera del contexto tradicional de comunicación, enfocada a segmentos muy concretos (grupo objetivo) Para ser puesta en escena en las locaciones de la universidad de Nariño.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollo de un sistema de persuasión y prevención sobre el consumo de tabaco a partir de la elaboración de piezas graficas que hacen uso de prácticas comunicativas no convencionales puestas en escena en las locaciones de la universidad de Nariño.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realización de toma fotográfica alusiva a la persuasión del consumo de tabaco
- Edición e intervención de las imágenes conseguidas
- Selección del material a ser expuesto en la estructura visual preventiva.
- Análisis de la estructura BTL en el contexto
- Adecuación en los espacios a intervenir
- Registro de actividades expositivas
- Registro de reacciones de la comunidad

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Diferentes iniciativas se han generado en la universidad de Nariño en reacción a la creación de programas de prevención y persuasión de sustancias psicoactivas y de tabaco – dependencia. No obstante, las estadísticas siguen arrojando datos de consumo con altos niveles en la población estudiantil de pregrados universitarios y sobre todo en los primeros semestres; que ante la ausencia de programas transgresores desde el punto de vista visual, y comunicacional siguen siendo niveles de consumo preocupantes. Desde lo anterior, las problemáticas que se derivan de esta situación conllevan a plantearse una serie de actividades, entre ellas específicamente la posibilidad de realizar una campaña publicitaria a partir de piezas graficas de multidimensión que generen alto impacto en la población objetiva. Es decir, que a partir de la elaboración de piezas graficas estructuradas, desde la fotografía se construya un discurso persuasivo que logre disminuir los incidentes de consumo, de manera que abstenga a quienes inician su vida académica en la institución.

En la actualidad en la universidad de Nariño el consumo del tabaco se hace evidente entre los estudiantes, docentes y administrativos, a pesar de las condiciones adversas que genera. Se pasa por alto las normas de prohibición que establece la universidad en espacios públicos, el dispendio es normal público dentro de las instalaciones de la universidad sin ningún tipo de restricción, de esto se deduce que el consumo seguirá incrementado en las generaciones actuales y venideras, haciendo caso omiso a las consecuencias que conlleva ser fumador. Eventualmente lo que el proyecto en curso quiere es intervenir en espacios claves de las instalaciones de la universidad, con piezas BTL, que generen impacto visual dando a conocer la problemática que ataca la salud de las personas activas y pasivas consumidoras de tabaco, con el fin de impregnar un recuerdo imborrable en la mente de este y disminuir dicho consumo.

2.2 JUSTIFICACIÓN

Una de las acciones o espacios sociales que tiene el Diseño Gráfico es precisamente su capacidad de inserción social, mediante actividades de mejoramiento de calidad de vida, es justamente el pilar o soporte de este proyecto académico, mejorar los hábitos saludables de la comunidad académica mediante una estructura visual, de persuasión, basada en los planteamientos publicitarios concebidos como el BTL que suponen niveles de eficiencia y mayores parámetros de rendimiento que las estructuras convencionales.

Actualmente el consumo de tabaco en jóvenes es cada vez más frecuente, en cualquier lugar, sin ser este un tabú, encontrar un adolescente fumando se volvió tan normal, tan rutinario que las personas se adaptan a esta situación e incluso terminan formando parte del consumo con distintas acciones, por ejemplo al compartir un cigarrillo, al brindar fuego, al venderlo a bajo costo y el fácil acceso a este producto en cualquier sitio comercial. Inclusive los medios publicitarios (tabaqueras) le dan rienda suelta a la mejora del producto, tanto en sabores, bajo en azúcar (light), haciendo creer que posee aportes psicológicos como disminución del estrés, da valor en la toma de decisiones, que mejora la apariencia sensual, disminuye el escepticismo, también da aportes medioambientales, entre otros, todo esto va dirigido especialmente a consumir más y a seducir a nuevos consumidores para volverlos adictos, ya que el tabaco contiene sustancias que generan dependencia.

Es por esta razón que este proyecto pretende implementar un contenido visual dentro del campus de la universidad de Nariño el cual genere un impacto persuasivo en los jóvenes, se dé a conocer los daños que causa la dependencia del tabaco, como afecta su vida y la de las personas que lo rodean, tanto en el establecimiento educativo, como fuera de él. Una puesta en escena donde la parte visual tenga total impacto y se reflexione acerca de la vida que se lleva con el consumo y como empeora con el paso del tiempo.

El propósito final es disminuir el consumo en personas adictas al tabaco, evitando así que nuevas generaciones sean influenciadas y crean en mentiras positivas del consumo de este producto, también educando a los administrativos para que den un buen ejemplo de vida frente al No consumo de tabaco, donde se logre cambiar la mentalidad a gran parte de la comunidad universitaria, entender que no se necesita de tabaco para mejorar el estilo de vida, porque hay mejores posibilidades para vivir, más efectivas, y muy sanas para estar bien.

A diferencia de la campaña publicitaria Tuu, que pretendía llevar a los fumadores a unos espacios predeterminados en el campus universitario, en esta ocasión se pretende crear un impacto visual en el espectador mediante perjuicios, llevados a los grandes formatos, técnica de impacto de un valor social fuerte con el objetivo de llegar a la mente de los transeúntes, se quede en la retina para ser recordada y sensibilice ante una decisión de llevar un cigarrillo a su boca para empezar a consumirlo en el menor tiempo posible, creando el impacto suficiente para que las personas se apropien, sensibilicen y cambien sus hábitos frente a esta problemática.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 HISTORIA DEL TABACO

“Hace ya aproximadamente 5000 millones de años se descubre en América Latina una planta que fue denominada como tabaco (nicotina tabaco), esta planta tenía diversas actividades y formas de consumo, en la cultura maya su uso era muy frecuente en rituales como también en diversos festejos, esta se consumía de diferentes formas, se masticaba, se fumaba, y se bebía, se esparcía en un lugar determinado para demostrar que éste era sagrado, también se utilizaba como ungüento para el cuerpo”¹.

Con el descubrimiento de América los europeos trasladaron esta planta a su país de origen dándole suma importancia entre los grandes mandos proviniéndole en el vocablo árabe el nombre de *tabaqq*. Fue ahí donde comenzó su avance y evolución, el consumo se incrementó entre la población, la publicidad de este llegó muy lejos alcanzando varios continentes, no obstante hasta mediados del siglo XX fumar era una de las actividades más comunes que el hombre desarrollaba a diario, sin incidir al tabaco como un algún tipo de acto que atentara contra la salud, incluso niños, jóvenes lo consumían, sin embargo el incremento de muertes por el uso de esta sustancia, se dio en cifras alarmantes y los gobiernos comenzaron a preocuparse por los altos índices de mortalidad que se presentaban frente a esta adicción. Pero esta conducta de riesgo ya tenía un arraigo mayor, la publicidad ya era fuerte e influyente demarcando llamativos comportamientos, falsos beneficios que lo valoraba como algo importante, excitante para su actual y futuro consumidor;

¹ TODO SOBRE LAS ADICCIONES – investigación y selección de textos Maria Andrea Turchetto, redacción Ricardo Zanfardini, editorial CYPRES Ltda. Bogotá Colombia pag.130

así que era y será un gran reto para muchos crear un tipo de publicidad que llegue hasta lo más profundo del adicto, lo más sublime del posible consumidor con el éxito de que estas personas reflexionen frente al tema, atiendan y entiendan que esta sustancia psicoactiva enferma, deteriora y mata a la población.

En el año de 1960 aproximadamente se incrementó el flujo de información acerca de lo perjudicial del tabaco, pero los esfuerzos eran demasiado mínimos de manera que las compañías tabacaleras habían tomado fuerte arraigo, frente a millones de personas con su atractiva publicidad engañosa que tenía y atraía a muchas poblaciones. En los noventa se obligó a las compañías tabacaleras a colocar en mensajes como “fumar mata”, “fumar daña gravemente su salud y la de los que lo rodea”, “fumar es perjudicial para la salud, y como podemos ver ahora en la parte frontal de la cajetilla de cigarrillos se encuentra imágenes fuertes acerca de lo nocivo de este hábito.

Desde el año de 1988, la Organización Mundial de la Salud (OMS) crea el Día Mundial sin Tabaco (31 de mayo) *con el fin de dar a conocer todas las consecuencias que el consumo de este causa tanto al fumador activo y pasivo, también la ley añade artículos como prohibido fumar en establecimientos públicos como universidades, oficinas, restaurantes entre otros, también prohíbe el cigarrillo como patrocinador de eventos culturales y deportivos.*²

² DÍA SIN CIGARRILLO, Cifras de Colombia - Salud - Vida - ELTIEMPO.COM, 22 de mayo de 2019.

3.2. CONOCIENDO EL ENTORNO DE LOS JÓVENES CON TENDENCIA AL CONSUMO DE CIGARRILLO.

3.2.1 EFECTOS DEL HUMO EN EL HOGAR

“Los principales afectados en un hogar son los niños, durante su primer año de vida, son especialmente susceptibles a estos riesgos ya que pasan mucho tiempo dentro de una habitación y en estrecho contacto con objetos, con el aire del medio y el polvo. Por el pequeño tamaño de estas partículas del humo del cigarrillo es fácil que ingresen rápida y profundamente a los pulmones de los infantes y fumadores pasivos, además, a este efecto se añade la toxicidad de las sustancias químicas del hollín del tabaco, que son más de 4.000”³

En el estudio, publicado en la revista Tabaco Control y realizado por investigadores de la Universidad de San Diego (Estados Unidos), [4] se estudiaron 49 hogares en los que había por lo menos un niño de edades entre dos y doce meses, quince de estas viviendas estaban ocupadas por no fumadores, en 17 casas los padres fumaban fuera para proteger a sus hijos y en las otras 17 consumían tabaco dentro.

³ TABORDA, Javier. El Tabaquismo. En: Kinesis. Armenia. Vol (43). (2005); p. 25-26

[4] REVISTA Tabaco Control, Noviembre 2016 volumen 25

Se tomaron muestras de polvo, superficies, de cabello y orina de los pequeños. A su vez, se colocaron detectores de nicotina en las habitaciones de los bebés y en el salón principal de la casa. También se llevó a cabo el registro de las visitas tanto si fumaban como si no y de las actividades diarias de las madres y del tiempo que compartían con sus hijos.

Las pruebas mostraron que la contaminación por el humo del tabaco en el ambiente y la exposición de este fue de cinco a siete veces mayor en los hogares de los padres fumadores, aunque siempre lo hacían fuera de casa, con una mayor tasa en comparación con el ambiente de las casas donde sus habitantes fumaban dentro.

Este estudio muestra que la contaminación por el humo del tabaco no se limita solo en el aire dentro de una habitación sino que incluye el polvo de las habitaciones, dormitorios y también la piel de los fumadores. Esto pone a los niños en riesgo de exposición a los componentes tóxicos del tabaco. Comentan los autores.

3.2.1 HÁBITOS DE CONSUMO DE TABACO DE FAMILIARES Y AMIGOS

“Según la investigación realizada por jóvenes estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán” [5], de la cual arrojan resultados dados al desarrollo de entrevistas en el entorno de jóvenes estudiantes fumadores activos y pasivos en un ambiente familiar y con amigos donde se destacaron aspectos importantes en el hogar, cabe resaltar que los componentes del humo del tabaco se dispersan rápidamente después de su emisión, experimentan una serie de reacciones químicas. Estos compuestos en fase de vapor se depositan y son absorbidos por paredes, muebles, ropa, juguetes y otros objetos. Un hallazgo impactante es que minutos y horas después de haber fumado desde este entorno, vuelven a ser emitidos al aire durante las siguientes horas, semanas, hasta meses. También se encontró una amplia variedad de respuestas como “En el hogar No se debe fumar”, hasta familiares que “se la pasan fumando”, padres que fuman “como una chimenea”. Se descubrió presencia significativa de tíos, abuelos, primos y hermanos que fuman. Algunos optan por fumar para mantener su peso y evitar aumentarlo. Los estudiantes no fumadores expresaron que al estar laborando con compañeros o con individuos que fuman, no les incomodaba ni ofendía.

Cabe resaltar que los motivos para que los estudiantes universitarios fumen en gran parte ocurren por la influencia de amigos, el contagio y la vergüenza que sienten al rechazar una invitación para fumar. El fumar se reportó como un estimulante para estar despierto, y se fuma porque agrada.

[5] UNIVERSIDAD, Pedagógica Nacional Francisco Morazán, Tegucigalpa, Honduras

3.2.2 EL TABAQUISMO EN NUESTRA SOCIEDAD FUMAR ES UNA CONDUCTA APRENDIDA

*“El siguiente artículo nos dice que la mayoría de personas empieza a fumar antes de los 20 años. Poco a poco, las situaciones en que habitualmente se fuma se van asociando con los efectos reforzadores de la nicotina. Beber café, descansar en medio del trabajo o salir con los amigos son situaciones que se asocian a un cigarrillo, y dificultan mucho que el fumador abandone su adicción”.*⁶ El condicionamiento que se produce es una de las causas más importantes de las recaídas.

Otros factores asociados a un cigarrillo son el entorno social y muchos momentos claves de la vida en nuestra sociedad: bodas, bautizos, o cualquier tipo de celebraciones sociales, incluidas las deportivas. Fumar sigue siendo un símbolo de iniciación a la vida adulta y un elemento de identificación con el grupo. Por otra parte, también influyen aspectos de la personalidad, como la rebeldía, la tendencia al riesgo o la inestabilidad afectiva. Del mismo modo también es importante el papel simbólico que en ocasiones tiene el hábito de fumar, ya que para muchos adolescentes y preadolescentes fumar es "propio de los adultos", les parece sofisticado, o confiere atractivo personal.

⁶ DR. FRANCISCO Camarelles Guillem, (2005). El Tabaquismo en Nuestra Sociedad, Mayo 2005

3.2.3 MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES ADOLESCENTES EN EL CONSUMO DE TABACO.

“Claro está que el comienzo de una vida activa como fumador necesita de algún tipo de motivación pueden ser cualidades, creencias, y prácticas del entorno en el que estos se desarrollen”⁷.

Para muchos de los jóvenes adolescentes que se convierten en consumidores activos de tabaco es importante la aceptación en diferentes grupos sociales o amigos y el tabaco les hace creer que les da cierto rango de autoridad y control de sí mismo y de todo lo que conlleva las decisiones en su vida, el consumo de tabaco al principio para quienes inician es desagradable tanto el olor como el sabor, pero al utilizarlo por algún tiempo ya no es molesto y genera lo que conocemos como adicción o dependencia, muchos de los jóvenes piensan que fumar a esta edad es un hábito normal, que es natural para entrar a la fase de adultos, fumar también saca del aburrimiento a los adolescentes evadiéndolos de responsabilidades y generando ocio en el tiempo libre, por ejemplo, algunos jóvenes universitarios demuestran conductas del uso de cigarrillo mostrando situaciones de consumo, evidenciando de como la pasan bien los jóvenes “interesantes” en fiestas, actividades culturales y sociales mostrando frente a sus espectadores que son personas independientes, autónomas; manifestando con esto que el consumo de esta sustancia es catalogada como una forma de vida natural dentro de la sociedad, también se sabe que es asequible en muchas tiendas y a muy bajos costos, no existe estrategia de consumo que limite al consumidor.

⁷ MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE TABACO ENTRE LOS ADOLESCENTES, Instituto urbano, Unidad de Gestión Clínica El Valle, Servicio Andaluz de Salud, Jaén España, abril de 2016.

Se dice que los jóvenes viven el momento, teniendo un pensamiento experimental y aventurero, así que es muy fácil seducir sus mentes con decisiones peligrosas, como probar todo tipo de sustancias que atenten contra su salud como en este caso el tabaco en los jóvenes adolescentes.

3.2.4 HÁBITOS DE CONSUMO DE JÓVENES EN LA UNIVERSIDAD.

La universidad inculca ciertos valores encaminados a evitar los vicios y malos hábitos, existe mayor control que en épocas pasadas, mayor respeto a no fumar. Por otra parte la Influencia de la publicidad va en sentido contrario puesto que estimula los hábitos de consumo de los estudiantes, a pesar que hay prohibición. En ferias, eventos hay patrocinios y los anuncios resultan atractivos, aparecen personas divirtiéndose, alegres, con atractivo sexual. Las escenas publicitarias son muy agradables para el consumidor, se anima a ser imitador y a consumir tabaco, aparecen mujeres con escasa ropa que se vuelven un atractivo, se suele pensar que al fumar se podrá tener acceso a una joven como la del anuncio. La advertencia que aparece en el anuncio es en letra bastante pequeña que muchas veces no se percibe.

Así se concluyen que este tipo de publicidad deja un mensaje claro e ínsita a consumir el producto a todos los asistentes de estos eventos.

3.2.5 CONSUMO DE CIGARRILLO Y PRÁCTICAS CULTURALES EN CONTEXTOS UNIVERSITARIOS.

Según una investigación de la universidad Javeriana de Bogotá [8] acerca del consumo de tabaco en el ámbito cultural dentro de las universidades encontramos lo siguiente. Donde se asume que las condiciones en las que se da el consumo de cigarrillo se vinculan con cierto tipo de prácticas culturales instauradas en el contexto de la Universidad, por lo que se requiere del análisis de las contingencias que mantienen dichas prácticas de consumo.

Se entiende que la persona está expuesta a una variedad de condiciones estimulantes que facilitan su consumo, el cual se hace altamente probable cuando existen escenarios preparados para ello, es decir, cuando las condiciones tentadoras en el contexto confluyen con condiciones de motivación, con historia de exposición directa o mediada a consumir. Desde la perspectiva de la ciencia contemporánea del comportamiento, una cultura puede definirse como una red de prácticas entrelazadas mantenidas por un grupo. Esas prácticas son comportamientos simples o complejos, que incluyen, sin limitarse a, lo que la gente dice entre sí y de sí mismos (por ejemplo, valores y actitudes), cómo la gente se trata entre sí y cómo responde al ser tratada.

[8] NOVOA, Mónica María, Ilda Barreto, Luis Manuel Silva, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Colombia– año 2011.

3.3 ENFERMEDADES QUE PRODUCE EL CONSUMO DE CIGARRILLO.

“Es sabido que el consumo del tabaco es nocivo para la salud, estas enfermedades aparecen cuando este se ha consumido en grandes cantidades, por tiempos prolongados y la profundidad de la inhalación, también el porcentaje de nicotina y alquitrán que ingresa a nuestro organismo, especialmente el humo de cigarrillo. Aquí tenemos algunas enfermedades que un fumador puede llegar a padecer”.⁹

3.3.1 ENFERMEDADES DEL APARATO DIGESTIVO TALES COMO

- Gastritis crónica
- Úlcera gastroduodenal
- Esofagitis

3.3.2 ENFERMEDADES DEL SISTEMA CARDIOVASCULAR:

- Obstrucción de las arterias coronarias
- Accidentes cardiovasculares
- Enfermedades vasculares

3.3.3 ENFERMEDADES DEL APARATO RESPIRATORIO

- Bronquitis crónica
- Enfisema pulmonar
- Cáncer de pulmón

⁹ TODO SOBRE LAS ADICCIONES – investigación y selección de textos Maria Andrea Turchetto, redacción Ricardo Zanfardini, editorial CYPRES Ltda. Bogotá Colombia pag.130

El benzopireno es uno de los componentes más cancerígeno del cigarrillo ya que lesiona el material genético de las células dañando todos los órganos con los que se relaciona, puede padecer todos los tipos de cáncer, pulmones, boca, laringe, estomago entre otros.

No solamente se relaciona el fumar nicotina con consecuencias de la salud, se ha comprobado que el uso de este no trae ningún tipo de beneficio a nuestra salud, de lo contrario, genera adicción y problemas psicosociales, ansiedad, depresión entre otros, no solo el tabaco que se fuma es perjudicial, mascararlo puede producir, cáncer de boca, problemas en las encías incluso la perdida de dientes o causar problemas de corazón.

3.3.4 OTRAS SECUELAS QUE DEJA EL CONSUMO DE TABACO SON:

- Envejecimiento prematuro (arrugas de la piel)
- Perdida o disminución de la vista, ya que existe aumento de degeneración muscular
- Disminución de la capacidad para oler y saborear
- Mala cicatrización de heridas.

Las personas que constantemente se encuentran cerca de un fumador (fumador pasivo), pueden padecer:

- Ataques cardiacos y cardiopatía
- Cáncer pulmonar
- Reacciones graves o leves de ojos, nariz, garganta y vías respiratorias

3.3.5 TABACO EN EL EMBARAZO

Según el artículo Tabaquismo, Embarazo y Bebés [10] ,Todos conocemos que fumar trae serios problemas en nuestra salud, y el consumo en el embarazo es severamente perjudicial para el embrión en formación y la madre, en algunos casos encontraremos bebés con problemas en su desarrollo, como pueden ser labio leporino y paladar hendido, o ambos, requiriendo procedimientos quirúrgicos debido a que este no puede alimentarse de manera normal, nacimiento prematuro alterando el desarrollo natural de su crecimiento con problemas de salud, problemas pulmonares, cáncer, y finalmente la muerte, por causa súbita dentro del vientre; todo el periodo de gestación de la madre puede tener sangrados anormales, poniendo en riesgo de la salud a las dos partes. En muchos casos encontramos mujeres fumadoras activas que quedan en embarazo, lo más idóneo es que se planee concebir y dejar este arraigado hábito un poco antes, pero encontramos embarazos no planeados en mujeres fumadoras así que se aconseja dejar de consumir durante esta etapa de gestación brindando un normal desarrollo y crecimiento adecuado, donde él bebe recibirá el oxígeno que el necesita. El consumo de tabaco afecta la fertilidad de hombres y mujeres, puede dañar espermatozoides y causar disfunción eréctil e impotencia y en la mujer dificultad para quedar en embarazó.

[10] ARTICULO CDC Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades “Tabaquismo, Embarazo y Bebés” pag. 1,2,3 – 4 de sep de 2015

3.4. CAMPAÑAS

3.4.1 USO DEL CIGARRILLO ELECTRÓNICO CON NICOTINA:

*“Según el estudio realizado por la sociedad española de especialistas en tabaquismo, la fundación lovexair cuida tus pulmones y neumo madrid sobre el consumo de cigarrillo eléctrico con nicotina”*¹¹, nos cuenta que el incremento del consumo de este es evidente y ha alcanzado el objetivo de ser distribuido de manera exitosa en el mercado del consumidor activo de tabaco, no obstante reúne a varios especialistas en el tema para informar y aclarar dudas acerca de los supuestos beneficios con los que el márketing lo promueve; de manera general sus conclusiones informan que el fumador activo cree que al fumar cigarrillo electrónico con nicotina hará que poco a poco disminuya su hábito y finalmente dejaría de fumar, pero este lo que causa realmente es que el fumador recaiga en este costumbre; el consumo de cigarrillo electrónico con nicotina es toxico; el componente principal sigue siendo la nicotina y esta va directamente a los pulmones causando el mismo efecto que el del cigarrillo común. El consumo de cigarrillo electrónico puede medianamente considerarse como el sustituto del cigarrillo común algo que el fumador ignora pensado que puede ser beneficioso para la salud podría deliberarse como otra forma de llegar a la sociedad para el consumó potencial del tabaco.

¹¹ARTICULO, Primera encuesta a neumólogos y especialistas en tabaquismo sobre el cigarrillo electrónico con nicotina, Mayo de 2014 – Sedet sociedad española de especialistas en tabaquismo, Fundación LOVEXAIR, NEUMOMADRID www.neumomadrid.org

“En Colombia hay una nueva preocupación sobre el cigarrillo electrónico, por ello se debe educar a los consumidores. La nota explica que a pesar de que la Ley 1335 de 2009 sobre control al tabaco frena toda forma de su publicidad, promoción y patrocinio, la industria tabacalera ubica en los centros comerciales y en eventos juveniles grandes stands para promover, patrocinar y publicitar los nuevos dispositivos electrónicos que sirven al consumo de tabaco”¹²

La médica Esperanza Cerón [13] señala que estas fuentes de consumo de tabaco “están dirigidas a los más jóvenes amantes de la tecnología, pues se pueden calentar y activar a través del computador directamente”. “poseen un diseño muy atractivo, similares a algunos celulares de alta gama, con colores muy vistosos y empaques de lujo, también orientados a las mujeres jóvenes. Algo muy delicado, pues está contribuyendo a anticipar la edad de inicio en el tabaquismo”, agrega la experta.

De lo anterior se concluye que la publicidad de este producto está mal fomentada, e incluso puede persuadir y seducir el consumo a fumadores pasivos, y finalmente tendremos nuevos fumadores activos, en este caso podrían ser jóvenes o hasta niños. Según la opinión de estos expertos es que debería regularse el dispendio de este producto debido a que no cumple ninguna de las exceptivas que lo identifican, y debería tomarse medidas de seguridad frente al consumo; que la norma se rija en no fumar.

¹²NOTICIA, que se dio a conocer por el “Canal Uno” en el mes de mayo de 2019 nos dice que “El cigarrillo electrónico genera preocupación en el Día Mundial sin Tabaco”

[13] Ibid, CANAL UNO, mayo 2019

3.4.2 CAMPAÑA SOMOS MÁS SIN TABACO (Bogotá, 31 de mayo de 2012, Min salud.

El Ministerio de Salud y Protección Social, lanzó la campaña “Somos más sin tabaco” con el propósito de hacer visible la lucha contra la epidemia del tabaquismo en el país.

Lo que esta campaña buscaba es crear escenarios propicios para difundir mensajes por medios radiales, visuales y de eventos sobre las graves consecuencias sanitarias, sociales, ambientales, económicas del consumo de tabaco y la exposición al humo. Por consiguiente movilizar a la población a favor del control integral al tabaco.

“En el marco de la celebración del Día Mundial Sin Tabaco, el Ministerio de Salud y Protección Social, ha diseñado la campaña “Generación Más. Somos Más Sin Tabaco”. Esta campaña de información y comunicación, tiene por objetivo movilizar a la ciudadanía, especialmente a la población de jóvenes y adolescentes, a favor del control de tabaco” explicó la Ministra de Salud y Protección Social, Beatriz Londoño Soto.

3.4.2.1 ESTADÍSTICAS QUE RECOLECTO ESTA CAMPAÑA.

El consumo de tabaco en Colombia en cifras

- El 82% de las personas en Colombia no fuman. A pesar de esto 21.765 personas mueren por enfermedades atribuibles al consumo del tabaco.
- De las 21.765 muertes, 3.076 son causadas por los cánceres de tráquea, bronquios y pulmón.
- 8. 595 muertes causadas por las enfermedades isquémicas de corazón son atribuibles al consumo de tabaco.
- 4.337 muertes causadas por enfermedades cerebrovasculares son atribuibles al consumo de tabaco.

- 4.584 muertes causadas por las enfermedades crónicas de las vías respiratorias inferiores son atribuibles al consumo de tabaco.

- Las advertencias sanitarias han sido un medio efectivo para difundir mensajes sobre los efectos dañinos del consumo de tabaco y exposición al humo de tabaco. El mayor impacto se ha alcanzado en la población de 18 a 34 años.

- De acuerdo con el estudio de opinión, el 82% de las personas encuestadas se sienten molestas por el humo de cigarrillo y otros productos de tabaco en el ambiente.

- El 95% de los encuestados apoyan los derechos de los No Fumadores a respirar aire libre de humo de tabaco en los lugares de trabajo y lugares públicos, incluidos los restaurantes y bares. Este porcentaje superior en 4 puntos a los resultados del año 2009.

- De acuerdo con la Encuesta Nacional de Sustancias Psicoactivas en Escolares (2011), la prevalencia actual en jóvenes de 11 a 18 años es de 9.78%, hombres 11.86% y mujeres 7.85%. Por grupos de edad, los jóvenes de 16 a 18 años son los mayores consumidores (17,36%).

Prevalencias de consumo de cigarrillos en población general, por grupos de edades Consumo actual (en el último mes). Datos en porcentajes

Consumo actual (en el último mes) datos en porcentajes

CUADRO 1. Datos de consumo de cigarrillo en la población juvenil

Consumo actual (en el último mes) datos en porcentajes			
GRUPOS DE EDADES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
11 a 12	3,25	2,45	2,82
13 a 15	11,9	9,02	10,4
16 a 18	22,32	12,36	17,36
Total	11,86	7,85	9,78

Fuente: Estudio Nacional de sustancias psicoactivas. 2012

3.4.2.2 IMPACTO ECONÓMICO

Según los expertos, el recaudo anual por los impuestos al consumo de tabaco son cercanos a los 400 mil millones de pesos. Esto significa que para cubrir el daño causado por el tabaco los colombianos deben pagar ocho veces los recursos del recaudo. “Con cifras de esta magnitud, debemos evaluar seriamente las medidas para el control de tabaco”.

Asimismo, afirman que un incremento del 100 por ciento en el precio, reduciría solo el 42 por ciento del consumo, pero tendría un importante impacto sobre la demanda de la población joven, que es la más vulnerable.

3.4.3 CAMPAÑA “TUU” (Universidad de Nariño, febrero de 2016)

Se investigó sobre esta campaña y se reveló que Bienestar Universitario más concretamente el Departamento de la Unidad de Salud Estudiantil junto con algunos estudiantes de diseño, trabajaron una campaña llamada “Tuu” espacios libres de Humo; donde se proponía que dentro del campus de la universidad adecuar unos lugares específicos donde los fumadores podrían consumir esta sustancia, sin ninguna restricción, un lugar alejado de las aulas de clase y los lugares más transitados de la universidad, pero al parecer

Mientras la campaña estaba en desarrollo, los jóvenes acataron estas pautas, actualmente el índice de consumo es el mismo que existía antes del lanzamiento de dicha campaña.; Según los estudiantes lo anterior se debe porque que no existe un verdadero control de esta situación, no había normas claras y más específicas. Es por eso que los fumadores hacen caso omiso a no fumar dentro de los establecimientos de la universidad.

Siendo esta al parecer; esa es la única campaña que se ha realizado para la reducción de tabaco en los estudiantes del campus.

3.5 LA FOTOGRAFÍA COMO MEDIO CONTUNDENTE DE COMUNICACIÓN

Desde sus orígenes, en 1839, la imagen constituyó un documento controvertido para el siglo XIX; de irrefutable veracidad en el siglo XX y de cuestionamiento de la realidad en la actualidad.

Giselle Freund, [14] aplica esta denominación al amplio espectro de la imagen fotográfica en sus numerosas vertientes, sean éstas el arte, la sociedad, el fotoperiodismo o la gráfica.

Su nacimiento, desarrollo y difusión está repleto de acontecimientos que transitan desde la infidencia en cuanto a su elaboración hasta la denostación por parte de algunos personajes influyentes de la época.

3.5.1 FOTOGRAFÍA IMPACTANTE “CRUDA”

La capacidad de conmover, impactar e influir en el espectador de algunas fotografías las convirtió en portada de revistas, e incluso algunas de ellas se hicieron un hueco en la historia como iconos de la Fotografía.

Pero ¿qué es lo que hace influyente a una foto o cómo consigue impactarnos?

No existe una fórmula para hacer influyente una foto. Algunas son las primeras tomadas usando una nueva técnica, otras lograron cambiar nuestra manera de pensar.

Otras fotos están en la lista porque llegaron a cambiar la manera en la que vivimos.

Y en el caso de hoy, son las que más nos han impactado por los sucesos que nos muestran.

[14] FREUND, G. (1998) La fotografía como documento social. Gustavo Gili, Barcelona.
FREUND, G. (2006). El mundo y mi cámara. Barcelona. Ariel.

Algunas fotografías consiguen destacar incluso en un mundo dominado por imágenes. “Se graban a fuego en nuestra retina” como símbolos de hitos, injusticias o, simplemente, de realidades lejanas que no por ello dejan de ser menos reales. Muchas no son cómodas, como la del niño sirio Aylan muerto en la orilla intentando cruzar la franja que separa Turquía de la isla griega de Lesbos.

3.6. CONCLUSIÓN DEL MARCO TEÓRICO.

Al abordar este flagelo de la adicción al cigarrillo, que afecta a una gran parte de las sociedades en el mundo entero y a nuestro país, incrementándose aún más en la actualidad sobre todo en la población infantil y juvenil, es factible conocer, analizar los proyectos y campañas que se implementan para tener puntos de partida saber de primera mano cuales están funcionando o por el contrario cuales han fracasado.

Esto se convierte en una herramienta indispensable para la realización de este proyecto, si la asociamos a otro tipo de información, nos permite innovar o rediseñar modelos que explican las tendencias y los determinantes sobre los cuales corresponde intervenir.

De la importancia de la implementación de estrategias comunicacionales a partir de los desarrollos gráficos y visuales puestos en marcha en plataformas de alto impacto visual; transgrediendo los formatos comunicacionales habituales

4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. MATERIALES

En el desarrollo del presente proyecto se dispuso materiales variados, tangibles e intangibles los cuales se describe a continuación.

- 4.2. MATERIALES FÍSICOS: Lona para la impresión de los pendones ya que es manipulable para la puesta en escena en las locaciones elegidas, papelería, encuestas,
- 4.3. MATERIALES TECNOLÓGICOS: Celular para registro de audios, cámara fotográfica y de video para diversas evidencias.
- 4.4. MATERIALES INTANGIBLES: Aplicaciones para edición y manipulación gráfica, como illustrator, lightroom premiere y photoshop

5. METODOLOGÍA

Para el presente proyecto gráfico, se aplicó una metodología a partir de la investigación del diseño y basada desde el esquema comunicacional de Lasswell, estos dos puntos de partida permitieron construir este sistema persuasivo de prevención del consumo de tabaco en la comunidad universitaria, particularmente con el esquema de Lasswell se entiende un proceso comunicacional no lineal es decir donde emisores y receptores juegan un papel fundamental, pero sobre todo entendiendo que el tono de lo que se quería decir en este caso y en este esquema se podría entender desde la idea de “con que efecto se quiere decir”, desde ahí este método resulto determinante y definitivo para la construcción de este trabajo de grado en ese sentido; la metodología usada tuvo en cuenta una serie de referentes y de planteamientos previos que fueron analizados desde la perspectiva tipográfica, desde la perspectiva de la imagen, así como desde la perspectiva de los formatos y su puesta en escena, a partir de la identificación de esas constantes se desarrolla una serie de piezas con unas características muy definidas sobre todo basadas en fotografía, con manipulación o edición de esos contenidos para construir bajo la idea de imagen trasgresora una serie de discursos que se plasmaría posteriormente en las piezas definitivas de este sistema de persuasión, para las decisiones finales de estas piezas se tuvo en cuenta donde se ubicarían y el formato que tendrían las mismas. Se busca que estas piezas lleguen a la comunidad de manera directa por eso se pensó en formatos grandes, en piezas de un gran volumen y tamaño para que puedan ser advertidas en sitios públicos de amplio tránsito dentro de la locación universitaria, una vez se entendieron los referentes, se decidió que tipo de imágenes estaría ubicadas así como sus formatos. Posteriormente se procedió al montaje y a la puesta en escena de las mismas lo cual se documentó para tener el sistema persuasivo en funcionamiento, básicamente la metodología que se uso es una metodología basada en el esquema de Lasswell que es un esquema comunicacional y en la investigación desde el diseño, es decir que se diseñó y esas piezas fueron

arrojando unos resultados que pudieron ser en algunos casos cualificables y en otros casos cuantificables, entonces fue una metodología de acción y una metodología de puesta en escena.

5.1. EL DISEÑO METODOLÓGICO ESTÁ BASADO EN LA ESTRUCTURA Y EN EL SUCESO COMUNICACIONAL DE HAROLD LASSWELL

Propone una organización lineal enfocada en:

- Quién: comunicador, emisor, persona que quiere dar a conocer algo
- Dice qué: Mensaje
- A quién: receptor, a quien va destinado el mensaje
- En qué canal: en que medio será expuesta la información
- Efecto: análisis de resultados, qué tipo de reacción tiene el público objetivo frente al mensaje.

Esto con el fin de que este sistema metodológico arroje resultados, por medio de entrevistas y encuestas al target group. Una vez el análisis este hecho se verificara el efecto y causa que tiene el mensaje y se procede a cualificar resultados.

El desarrollo del esquema se comprendería así:

- Quién: el Sistema de Bienestar Universitario, en conjunto con el área de salud estudiantil y el equipo de profesionales en salud institucional.
- Dice qué: el consumo de tabaco es perjudicial para la salud, por medio de investigación sobre los prejuicios detrás de esta substancia psicoactiva encontramos problemas de salud
- A quién: estudiantes, profesores y el personal de oficina, ya sean fumadores activos y pasivos (toda la comunidad universitaria)

- En qué canal: pendones a gran formato, postales, web master, app sapiens SBU, redes sociales.
 - Efecto: análisis de resultados, qué tipo de reacción tiene el público objetivo
- Técnicas o parámetros usados en el desarrollo del trabajo.

6. DESARROLLO DEL PROYECTO GRAFICO

6.1. PROCESO GRAFICO

Para la creación del objetivo general del proyecto seguimos unos parámetros basados en diversas características que revelan las piezas graficas a presentar frente a toda la comunidad universitaria procesos como:

6.2. BTL

BTL (*below the line* “debajo de la línea” *segmentada a grupos específicos*)¹⁵, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo, utiliza distintos medios de comunicación no convencionales como promociones mercadeo redes sociales entre otras. Las principales característica de las piezas graficas mediante el proceso de comunicación BTL es con el fin de llamar la atención del espectador por medio de su gran formato con un mensaje no común e informal al que esta comúnmente enfrentado el target group; un mensaje directo y persuasivo; también puesto en escena en un sitio estratégico de difusión con un concepto claro y conciso con imágenes tratadas con el fin de causar pregnancia en la mente del transeúnte.

¹⁵ disponible en: <https://co.pinterest.com/pin/481674122648716967/?nic=1>

6.3. FOTOGRAFÍA

Cabe destacar la fotografía trasgresora es una fotografía caracterizada por lo crudo de sus imágenes, con cierto grado de amarillismo por que enfrenta al espectador poniéndolo en crisis al percibir la realidad lo cual hace que no sea una lectura tradicional o convencional si no una lectura de contemplación, una lectura descriptiva, una lectura significativa de la imagen por eso se acudió a una fotografía tipo trasgresor.

6.3.1. FOTOGRAFÍA TRASGRESORA

Una fotografía que va más allá de una lectura normal, convencional y tradicional.

6.4. TIPOGRAFÍA

Se usa una tipografía helvética; una tipografía que no discute con el fondo, es una que hace que sea una lectura totalmente estable, dado que el texto es bastante corto, con frases muy cortas y muy certeras. La tipografía y su perspectiva de visión tipográfica resulta contundente básica y permite a través de la fotografía construir linealidad y construir unidad de imagen porque al compartir las piezas con la misma tipografía hacen que tenga una característica común lo cual se convierte en un elemento de unidad gráfica. El omitir serifas y algunas particularidades de esta tipografía ayuda a tener una imagen mucho más concreta que no va a ser un elemento distractor en la lectura de la imagen, con el objetivo que la importancia sea en general de la fotografía.

6.5. FORMATO

Las piezas se construyeron a partir de un trabajo en fondo negro con fotografías a color para hacer de este un proyecto con mayor impacto visual, por ende el contexto que caracteriza en una imagen fotográfica enfocada a condiciones reales. En las piezas graficas se maneja dos tipos de formato que es vertical y horizontal, dado que en los sitios de locación de las piezas eran lugares de altos flujos y contraflujos; en función de señalética es donde transita la mayor población de la comunidad universitaria. El gran formato es debido a la posición horizontal y vertical con el fin de que tuviera más atención que tiene un afiche normal o cualquier tipo de publicidad con más efectividad, lo que se busca es promocionar, difundir y persuadir sobre el consumo y los efectos nocivos en la salud del consumidor y no consumidor de esta substancia.

7. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO
8. RECOMENDACIONES.

9. BIBLIOGRAFÍA

TODO SOBRE LAS ADICCIONES – investigación y selección de textos Maria Andrea Turchetto, redacción Ricardo Zanfardini, editorial CYPRES Ltda. Bogotá Colombia pag.130

DÍA SIN CIGARRILLO, CIFRAS DE COLOMBIA - Salud - Vida - ELTIEMPO.COM, <https://www.eltiempo.com/vida/salud/dia-sin-cigarrillo-cifras-de-colombia-94024> , 22 de mayo de 2019.

TABORDA, JAVIER. El Tabaquismo. En: Kinesis. Armenia. Vol (43). (2005); p. 25-26

REVISTA TABACO CONTROL, mes año

[5] UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL FRANCISCO MORAZÁN, Tegucigalpa, Honduras

DR. FRANCISCO CAMARELLES GUILLEM, (2005). El Tabaquismo en Nuestra Sociedad.

https://www.pfizer.es/salud/salud_sociedad/sanidad_sociedad/tabaquismo_nuestra_sociedad.html, 26/05/2005

MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE TABACO ENTRE LOS

ADOLESCENTES, Instituto urbano, Unidad de Gestión Clínica El Valle, Servicio Andaluz de Salud, Jaén España http://www.sci.elpos.es/g/sci.elpos.es/o.php?scri=pt=sci_ar_text&pid=S0213-91112012000100009&lang=pt, España abril de 2016.

MÓNICA MARÍA NOVOA, Ilda Barreto, Luis Manuel Silva, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Colombia– año 2011.

Artículo CDC Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades “Tabaquismo, Embarazo y Bebés” pag. 1,2,3 – 4 de sep de 2015.

NOTICIA QUE SE DIO A CONOCER POR EL “CANAL UNO” en el mes de mayo de 2019 nos dice que “El cigarrillo electrónico genera preocupación en el Día Mundial sin Tabaco”.

FREUND, G. (1998) La fotografía como documento social. Gustavo Gili, Barcelona.

FREUND. G. (2006). El mundo y mi cámara. Barcelona. Ariel.