



CAPÍTULO I

Identificación de cambios comportamentales en los jóvenes



Juventud: "Poder comprender es ser jóvenes y/o entender las maneras como ellos experimentan la juventud, y esto les proporcionará unas bases que les permitirán crear estrategias con las que los ellos se puedan sentir identificados y así puedan contribuir a la prevención del consumo".

Moratoria social

Es una época en la cual hay oportunidad de que los adolescentes inicien a consumir productos tabáquicos y sin embargo, es una buena oportunidad para el desarrollo de actividades que puedan prevenir y mitigar del consumo temprano (9).

Se traduce al periodo de tiempo que se encuentra entre el completo progreso del cuerpo y la madurez de asumir las propias responsabilidades en la vida (9).

Es una época en la cual hay oportunidad de que los adolescentes inicien a consumir productos tabáquicos y sin embargo, es una buena oportunidad para el desarrollo de actividades que puedan prevenir y mitigar del consumo temprano (9).



Motivos para el inicio del consumo de cigarrillo en jóvenes



"A pesar de que casi siempre las primeras experiencias de fumar causan efectos que no son muy agradables como tos, irritación de la garganta y náuseas, lentamente se va desarrollando un patrón habitual de consumo, que dura de uno a dos años" (9).

"Prontamente, el efecto de la nicotina, la sustancia adictiva del cigarrillo, produce efectos 'positivos', que hacen que el/la joven se convierta en fumador/a regular" (9).

"En último lugar, se fuma para evitar las sensaciones físicas y psicológicas desagradables que produce el dejar el cigarrillo también llamado síndrome de abstinencia" (9).

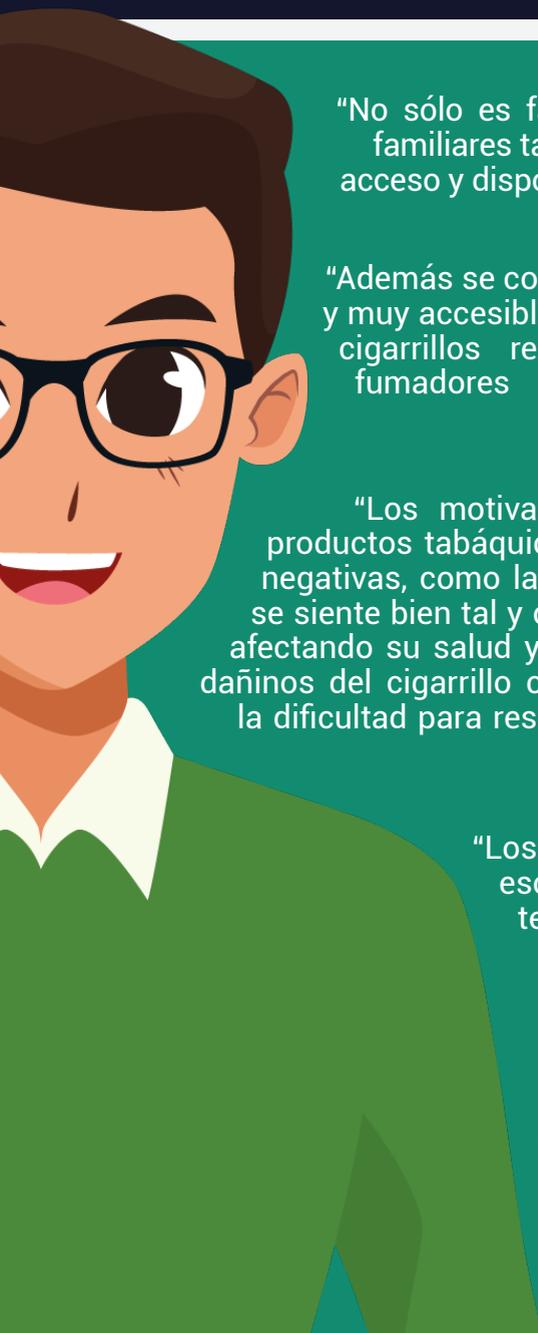
La búsqueda de aspiración de s

“De acuerdo con la etiología del consumo del cigarrillo se puede decir que dentro de los componentes más significativos, asociados al inicio del consumo de cigarrillo, se encuentran: la publicidad por parte de las industrias tabacaleras, y la presión que ejercen otros jóvenes, adultos fumadores o padres sobre el joven no fumador” (9).

“Hay un deseo muy exclusivo de la adolescencia, que hace que el/la joven joven sienta la importancia de ser aceptado por otros; aun así, si para pertenecer a un grupo de iguales le tocara fumar, el estará dispuesto a hacerlo sólo para poder encajar” (9).

“Estudios han probado que si alguien perteneciente al núcleo familiar y/o docentes del joven son fumadores, hay probabilidad de que exista mayor oferta y disponibilidad de cigarrillos, lo que puede contribuir -a que el joven sea un fumador” (9).

e autonomía y la sentirse “mayor”



“No sólo es fácil fumar para los y las jóvenes si los familiares también lo hacen, sino que tienen muy fácil acceso y disponibilidad a los productos tabáquicos” (9).

“Además se consiguen cigarrillos a precios económicos y muy accesibles, en todas partes y hasta se consiguen cigarrillos regalados por personas desconocidas, fumadores o hasta por las mismas industrias tabacaleras” (9).

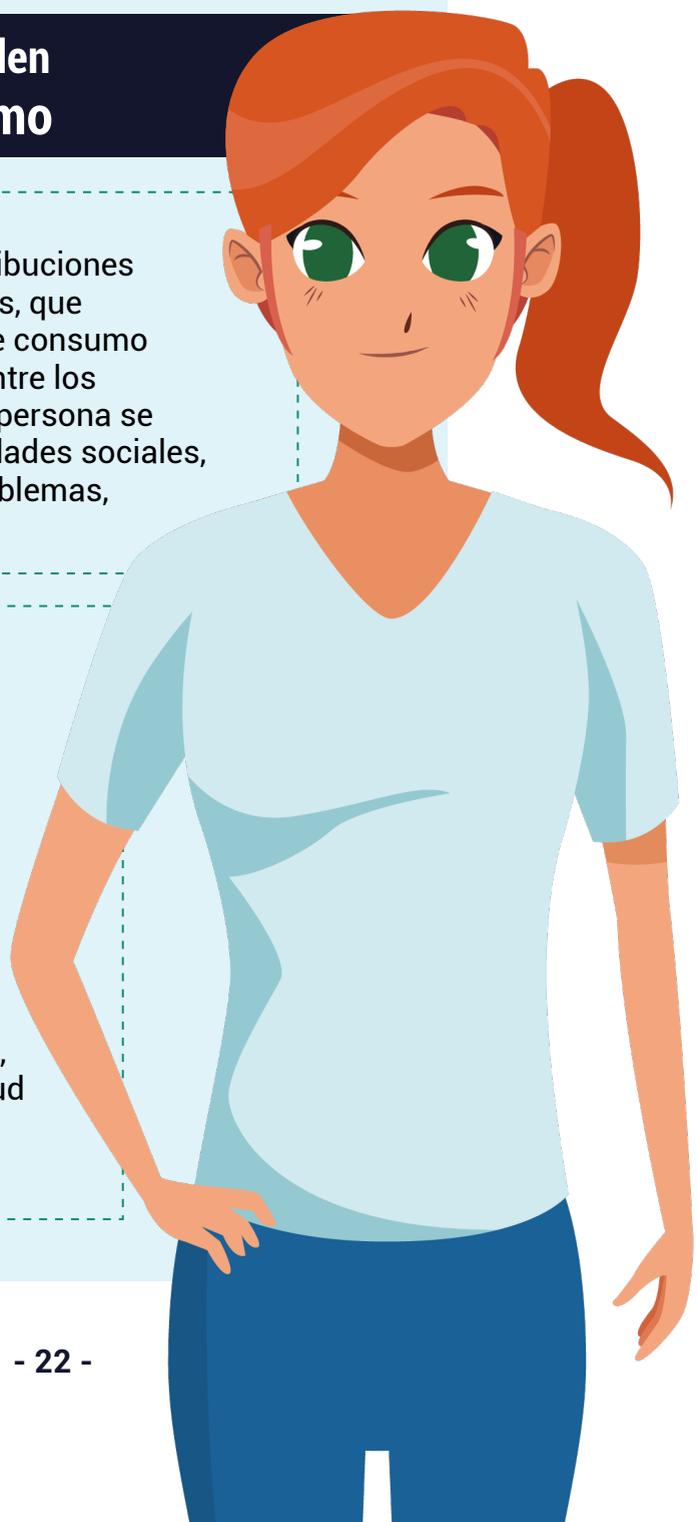
“Las motivaciones para que el/la joven consuma productos tabáquicos, son las características psicológicas negativas, como la baja autoestima: cuando el/la joven no se siente bien tal y como es, inconscientemente puede estar afectando su salud y maltratando su cuerpo con los efectos dañinos del cigarrillo como: el mal olor, los dientes amarillos, la dificultad para respirar, solo por mencionar algunos de los efectos que produce” (9).

“Las conductas como el bajo rendimiento escolar, relaciones sexuales a una edad temprana, incumplir las normas en la familia y la escuela, son comportamientos que me indican que el joven puede estar consumiendo productos tabáquicos” (9).

Factores que pueden evitar el consumo

▶ “Son todos los tipos o contribuciones propias, familiares o sociales, que disminuyen la posibilidad de consumo de productos tabáquicos. Entre los componentes propios de la persona se encuentran: empatía, habilidades sociales, capacidad para afrontar problemas, etc” (9).

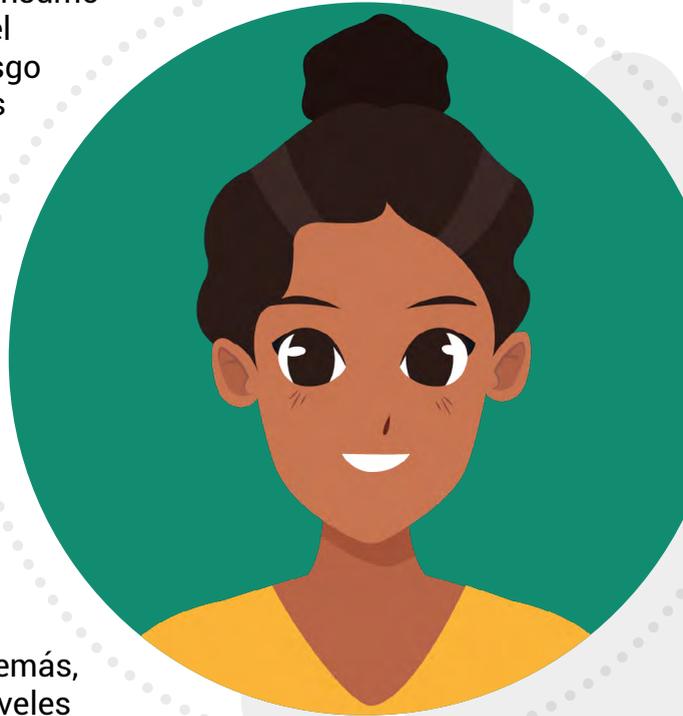
▶ “Entre los componentes en el entorno familiar se encuentra el respeto, la confidencialidad, el obedecer las pautas del hogar, entre otros; entre los componentes sociales están todos aquellos que tengan relación con la participación en la sociedad, el acceso a servicios de salud y educación” (9).



Factores que pueden predisponer al consumo temprano

"Las características individuales, familiares o sociales, que aumentan el consumo productos tabáquicos. A nivel individual los factores de riesgo están asociados a conductas agresivas, baja autoestima, etc" (9).

"De acuerdo a artículos científicos la prevalencia y los factores asociados al consumo de productos tabáquicos en adolescentes escolarizados de Florida-Valle, 2019" afirma que "el hábito de fumar tiene factores sociales y personales, ya pueden ser genéticos o emocionales, además, algunos fumadores sufren niveles mayores de depresión y ansiedad, conllevando a un alto consumo de productos tabáquicos" (15).



Política Nacional para la disminución del consumo

“Tomando desde la dirección más amplia como el progreso de la humanidad y el instrucción de su origen, cualquiera está propenso a consumir. Entonces esta política creada en el 2017, mantiene la convicción de que hay que simpatizar para lograr la disminución de la fragilidad en las personas en especial los jóvenes, para contribuir a que ellos puedan tener la capacidad de tomar buenas decisiones, siendo competentes para poder afrontar y sobrellevar toda las situaciones que no les estén haciendo un bien a sus vidas y que por lo general los pueden llevar al consumo de productos tabáquicos” (9).

Los jóvenes son vulnerables a consumir por:

No información

No servicios

No
oportunidades

Entorno
socio-económico,
socio-cultural

No capacidades
y/o habilidades

Exclusión
Social

“De acuerdo a esta norma hay en tres componentes que son muy importantes para su desarrollo:



1

Prevención: Disminuir la vulnerabilidad al consumo.

2

Mitigación: Disminuir la vulnerabilidad al peligro inminente, también al perjuicio progresivo y escalonado.

3

Superación: Disminuir la fragilidad de estas personas para que no tengan recaídas en el consumo” (9).