

## 5. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL:

Cualificación de las situaciones que impliquen encuentros y eventos, propicias para el intercambio, el aprendizaje, la toma de decisiones y la reflexión conjuntas: reuniones de grupos, comités, días de campo, capacitaciones, etc.

## 6. BANCO DE INFORMACIÓN:

Establecimiento de un centro de información que contenga materiales útiles para el trabajo educativo y de extensión del equipo técnico y las personas o grupos que así lo requieren (divulgativos y educativos), videos, fotografía, afiches y otros materiales visuales.

Manizales, Marzo 1995

# ASPECTOS SOCIOCULTURALES DEL CONSUMO DE TABACO

*Ruben Cuartas*  
PSICOLOGO \*

La posición social frente al tabaco ha variado sustancial y fundamentalmente de una época a otra; ya desde el siglo pasado, por ejemplo, fumar o inhalarlo era un símbolo de prestigio y distinción.

Ha sido socialmente aceptado, lo han consumido los galanes y las damicelas del cine, los presentadores de televisión, los ejecutivos, los obreros, los trabajadores de clase media; ha estado presente en todos los lugares y en manos de todas las gentes.

La industria ha producido marcas y cigarrillos suaves para las jovencitas; americanos para los hombres de prestigio; negro y fuerte para los bandidos y delincuentes de las películas; pipas para los intelectuales; pitillos sugestivos,

---

\* Secretaría Municipal de Salud de Manizales. Unidad Mental

sensuales y largos para las chicas sexis; tabacos en varias clases y estilos para los ancianos y delgadas colillas para las viejitas. Existe pues, toda una clasificación cultural y jerarquización del tabaco por clases sociales: dependiendo de la situación en la que se encontraran los personajes, de la edad, de la profesión, del sexo, etc, etc. Aparecieron además canciones que privilegiaban y exhaltaban el consumo, como la que dice: *"Fumar es un placer genial, sensual..."* O aquella que repite una y otra vez un estribillo que dice: *"En el mundo siempre habrá: buena gente, mala gente, el que niega, el que miente, sabio o necio, indiferente, tabaco y rón..."*

Todo lo anterior propicia que las industrias tabacaleras se desarrollen rápida y vertiginosamente, además se sofistican la producción: modernas maquinarias para el procesamiento y el prensado, introducción de tabacos de diferentes variedades y cada vez de mejor calidad, presentaciones llamativas y sugestivas para incitar a los posibles consumidores, además se induce el consumo con agresivas campañas publicistas.

De esta época a la de hoy, se pasó del tabaco como símbolo de prestigio y distinción, de una aceptación total y casi indiscriminada, a un rechazo absoluto y hasta una marginación, no del producto, sino del consumidor. Esta situación ha presionado y arrinconado de tal manera a los fumadores, que muchos de ellos han optado, como bien lo enuncia Luis Carlos Restrepo, por dejar de fumar, no por una convicción personal, ni después de un análisis racional de los daños que éste puede ocasionar a su organismo, ni mucho menos por haber realizado una interpretación de los dramas personales que estaba tapando con el cigarrillo; ha dejado de fumar simplemente por la presión social que se ejerce sobre los consumidores de tabaco, y para no sentirse marginado, rechazado y excluido de la cotidianidad ciudadana.

Es curioso observar la manera como el consumo de tabaco pasa, de una década a la siguiente, de una aceptación y casi incitación al consumo, a un rechazo y una exclusión social. Es evidente entonces, que estamos hablando más, de un

complejo fenómeno cultural, que de un simple consumo de una sustancia.

Otra característica socio cultural importante, es aquella que está asociada con las diferencias que se presentan entre unas y otras sustancias y entre los distintos consumidores. Para las drogas denominadas ilegales, el énfasis se hace en la persecución de la sustancia en todo su proceso: cultivo, elaboración, distribución y tráfico. Mientras tanto, otra cosa muy distinta sucede con el consumidor, pues si bien es censurado porque consume, cuando decide abandonar las drogas es cuidado y protegido, además de ofrecércele toda una gama de posibilidades de rehabilitación.

Con el tabaco y sus derivados, sucede todo lo contrario, la sustancia es publicitada y privilegiada, en ningún momento se reponsabiliza a las compañías tabacaleras de los daños que el cigarrillo y sus derivados ocasiona a las personas que tienen el hábito de fumar, ni mucho menos de las afecciones que puedan llegar a ocasionar a las personas a su alrededor. Consideran que el problema se subsana anexándole al producto un tímido letrerito, que anuncia, "el tabaco es nocivo para la salud"; enunciado que lógicamente no alcanza a contrarrestar la fuerza que tienen las campañas publicitarias, las cuales se difunden a través de todos los medios masivos de comunicación. Dado entonces, que no le cabe ninguna responsabilidad a los fabricantes, y al contrario de lo que sucede con las sustancias psicoactivas ilegales, la responsabilidad personal y social recae sobre la humanidad de los fumadores, a quienes se les hace sentir culpables por aspirar un producto legalmente aceptado y socialmente prohibido.

Se argumenta también que el humo del cigarrillo, tabaco, etc., es un contaminante ambiental: contamina el aire de las oficinas, los hogares, los lugares públicos, etc. si bien esto es cierto, no se argumenta de la misma manera respecto a la contaminación producida por los automotores y las fábricas en las ciudades; a pesar de las experiencias ampliamente conocidas y de los altos índices de contaminación reportados en muchas ciudades, que han llevado a las autoridades a

restringir el número de vehículos en circulación, además a diseñar estrictas medidas de control en las empresas industriales. Es evidente que en el manejo de este problema y en la comprensión del fenómeno hay una ambigüedad, que distorsiona e impide la elaboración de un adecuado análisis de esta situación.

Para concluir, es importante recordar que el consumidor de tabaco es un adicto al consumo de una sustancia, que le ha generado, tanto una dependencia física como psicológica, está apegado a las sustancias químicas que se desprenden del producto que succiona; no hay que olvidar tampoco que ha ingresado al mundo de los fumadores utilizando el tabaco como un medio de socialización y como un mediador cultural, por lo cual, si se quiere rehabilitar, debe ser sometido a los mismos cuidados, atenciones y tratamientos que se le brindaban al consumidor de otra sustancia cualquiera.

# LA VIOLENCIA EN COLOMBIA

## CARACTERISTICAS DE UN LABERINTO

*Marta Cristina Palacio*  
SOCIOLOGA \*

### PRESENTACION

El Taller Cultura y Droga definió en su programación para el primer semestre de 1995, un espacio para la reflexión en torno a la violencia social y familiar que presenta la sociedad colombiana.

Por tal razón, las notas que a continuación se presentan son el resultado de esa sesión, las cuales a su vez dan cuenta de algunos resultados de la investigación sobre "Determinación de Factores de Riesgo en Violencia Familiar" que se adelantó en algunas ciudades intermedias del país, como Manizales, Popayán, Santa Marta, Pasto, Tunja, y San José del Guaviare,

---

\* Profesora Titular. Universidad de Caldas. Facultad de Desarrollo Familiar.