

Análisis de la percepción y actitudes frente al consumo de tabaco en adolescentes

RESUMEN EJECUTIVO

**Departamento de Salud y Consumo
Gobierno de Aragón**

Trabajo realizado por:



Elaborado por:

Jaime Minguijón Pablo (sociólogo)

Eva Tomás del Río (socióloga)

Javier Gimeno Martínez (sociólogo)

MILENIUM3, Servicios de Gestión del Conocimiento, S.L.

David Pac Salas (doctor en sociología)

José Ángel Bergua Amores (doctor en sociología)

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

ÍNDICE

	<u>Página</u>
1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. METODOLOGÍA.....	6
3. CONCLUSIONES.....	8
2.1. Los inicios	9
a) Desde el punto de vista de las prácticas.....	9
b) Desde el punto de vista de los discursos.....	10
2.2. Redes sociales.....	11
2.3. Consumo.....	12
2.4. Lo instituido.....	16
2.5. Las relaciones familia-tabaco.....	17
3. RECOMENDACIONES.....	19
3.1. Intervención integral	19
3.2. Argumentos para no fumar	19
3.3. Tratar a los adolescentes como adultos	20
3.4. Una intervención más allá de los adolescentes	21
3.5. Formación en la responsabilidad	22
3.6. La clave para acceder al mundo de los adolescentes: la importancia de los medios	23
3.7. Impacto visual	24
3.8. Educación saludable	25
3.9. Fomento de inquietudes y de ocio alternativo	26
3.10. Prevención del consumo de cannabis	27
3.11. Accesibilidad	27
3.12. Legislación	28
BIBLIOGRAFÍA.....	29

1. INTRODUCCIÓN

El tabaco ha sido durante el siglo XX uno de las mayores causas de mortalidad en los países industrializados. Las agresivas campañas publicitarias de las tabacaleras consiguieron asociar los cigarrillos con valores socialmente reconocidos como la independencia, la madurez o la libertad, lo que popularizó enormemente su consumo, primero entre los hombres y posteriormente también entre las mujeres.

Sin embargo, paulatinamente la sociedad ha ido adquiriendo conciencia de las enormes afecciones a la salud que ocasiona el tabaco, emprendiéndose desde diversos sectores sociales e institucionales una batalla contra el consumo del mismo. En los últimos años, esta lucha contra el tabaquismo se ha intensificado mediante una legislación más restrictiva en los espacios donde se permite fumar y agresivas campañas publicitarias que evidencian las consecuencias negativas del tabaco. Estos esfuerzos están dando sus frutos puesto que ha conseguido reducirse el número de fumadores y, lo que es más importante, se ha instalado en la conciencia colectiva de la sociedad la idea de que el tabaco es muy perjudicial para la salud, algo reconocido incluso por los propios fumadores.

La progresiva concienciación ciudadana sobre los efectos perversos del tabaco y por ende la continua reducción del número de fumadores, sin embargo, no está siendo acompañada de una menor tasa de iniciación de la población adolescente, tal y como apuntan numerosos estudios. Este fracaso en las políticas destinada a prevenir el inicio del consumo de tabaco entre los adolescentes tiene una importancia crucial en la prevención general del tabaquismo puesto que es precisamente en esta edad cuando la inmensa mayoría de los fumadores inicia su hábito. Por ello, se requiere desde la Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón la realización de este estudio, con el fin de comprender los procesos sociales que intervienen (estimulando o desincentivando) en la experimentación y habituación del consumo de tabaco entre la población adolescente. Conocer y comprender por qué el adolescente comienza a fumar es necesario para poder intervenir

eficazmente desde la Administración pública, diseñando políticas y campañas adaptadas a la población objeto de las mismas.

El presente estudio se enfoca desde una sociología no clásica, es decir, se acepta un conocimiento limitado sobre el objeto de estudio -los adolescentes- y se persigue su investigación desde su propia percepción y contexto social. Es decir, para conocer por qué un adolescente inicia su experimentación o su habituación al tabaco se habla con él, se analiza su discurso y se estudia su contexto y sus relaciones sociales desde su propia experiencia vital. Por ello, se ha utilizado una metodología cualitativa que ha permitido profundizar en las variables de investigación con la adecuada flexibilidad.

Los resultados obtenidos en esta investigación persiguen arrojar luces sobre los motivos que llevan a los adolescentes a fumar, así como sobre aquellos factores protectores que conviene fomentar para evitar su iniciación. En todo momento de la investigación se ha mantenido una perspectiva pragmática puesto que el objetivo de la misma no es la mera erudición sino facilitar con éxito la intervención preventiva sobre los adolescentes y contribuir de esta manera a la lucha por una sociedad más saludable y con mejor calidad de vida. Esperamos haberlo logrado.

2. METODOLOGÍA

No hay duda de que para conocer las dimensiones de la interacción social e identificar los elementos que influyen de manera importante en las concepciones y prácticas respecto al consumo de tabaco en la adolescencia, son muchas las razones a favor de la incorporación de la metodología cualitativa.

Al referirnos al objeto, el método y la teoría hemos intentado garantizar que haya un mínimo de coherencia. En efecto, una investigación necesita que haya isomorfismo entre, por un lado, la medida que va a utilizar y las características del objeto que pretende medir.

En concreto, las técnicas a utilizar son las siguientes:

a) Etapa preliminar.-

- Revisión bibliográfica relacionada con el tema de la investigación.
- 5 entrevistas a informantes clave. Se ha entrevistado a:
 - Un experto en tabaco del Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón.
 - Un profesor, responsable del programa de “Educación para la salud” de un instituto aragonés que destaca por sus esfuerzos preventivos.
 - Un médico de atención primaria.
 - Un trabajador de un Centro de Prevención Comunitaria.
 - Una técnica de una Casa de Juventud.

b) Recogida de información: análisis de percepción y actitudes.-

- Jóvenes relatores: 4 historias de vida y 4 diarios de trabajo.
 - Historias de vida: Se han realizado tres entrevistas a cada uno de los 4 relatores, centrando cada una de estas tres entrevistas en

un tema: primero se abordaron las redes sociales del adolescente, posteriormente el contexto familiar y finalmente el marco institucional (legislación, accesibilidad, campañas preventivas). La primera entrevista se realizó a 8 adolescentes, seleccionándose los 4 que se consideró podían ofrecer una información más interesante y mostraron una mejor actitud para participar en la investigación. Teniendo en cuenta que cada relator iba a ser entrevistado en tres ocasiones y posteriormente iba a tener que redactar un diario de trabajo durante tres semanas, era importante seleccionar a adolescentes que mostrasen un compromiso con su participación, para evitar su abandono a mitad de la misma.

- Diarios de trabajo: Los mismos cuatro relatores que participaron en las historias de vida redactaron un diario en el que registraron durante tres semanas todo lo relacionado con su interacción con el tabaco. El equipo investigador facilitó la plantilla del diario al adolescente especificando aquello que tenían que anotar.
- 3 grupos de discusión constituidos por jóvenes. La composición de los grupos fue la siguiente:
 - Grupo de discusión 1: adolescentes (14-15 años) fumadores. Chicos y chicas. Nivel socioeconómico bajo y medio bajo.
 - Grupo de discusión 2: adolescentes (14-15 años) no fumadores. Chicos y chicas. Nivel socioeconómico bajo y medio bajo.
 - Grupo de discusión 3: adolescentes (14-15 años) fumadores y no fumadores. Chicos y chicas. Nivel socioeconómico alto y medio alto.

c) Redacción del informe.-

2. CONCLUSIONES

Con el fin de comprender la lógica que lleva a un adolescente a decidir fumar o no fumar, se ha estudiado tanto el discurso del adolescente en relación al tabaco como el contexto social en el que se produce dicho consumo.

La exposición de los resultados de la investigación se ha estructurado, siguiendo esta lógica investigadora, en cinco partes. En primer lugar, se analiza la experimentación con el tabaco, es decir, las primeras experiencias que el adolescente tiene, sus primeros cigarros, sus primeras impresiones y lo que rodea estas prácticas primerizas. La importancia de este apartado es evidente puesto que la decisión de fumar del adolescente tendrá mucha relación con su vivencia en estos primeros contactos con el tabaco.

La segunda parte corresponde a las redes sociales. Se ha partido de la idea de fumar como un acto social que, por tanto, se realiza con otras personas, es decir, con las redes sociales que posee el adolescente. Esta importancia de las redes sociales se ha puesto de manifiesto en el tercer apartado que analiza todo lo relacionado con el consumo de tabaco de un fumador adolescente: ¿cuánto fuma?, ¿dónde fuma?, ¿con quién fuma?, etc.

El cuarto apartado analiza “lo instituido”, es decir, las instituciones que tratan de prevenir el consumo a través de campañas y otro tipo de intervenciones así como mediante leyes y normas que limitan o prohíben su compra o su consumo. Por último, se ha estudiado la influencia que la familia tiene sobre la percepción y la actitud del adolescente frente al tabaco.

2.1. Los inicios

a) Desde el punto de vista de las prácticas

- El inicio en el tabaco forma parte de un proceso de maduración e independización que trae consigo la adolescencia y que se refuerza con la entrada en la ESO. En ese proceso, la familia pierde su centralidad y entran en escena, hasta ocupar el primer plano, los amigos y una amplia variedad de actividades nuevas como son: salir de fiesta a bares o discotecas *light*, tener las primeras experiencias de tipo sentimental y/o sexual, hacer botellón, fumar porros, etc. Teniendo en cuenta esto, se parte de la idea de que hay una adicción social al tabaco, es decir, a las sociabilidades que se tejen en torno a él o en las que el tabaco está inserto. Consumir cigarrillos es pues lo mismo que vivir esas redes. Y vivir esas redes es lo propio de la adolescencia.
- El inicio en el tabaco suele ser anterior al de los porros y al del alcohol, por lo general uno o dos años antes, siendo por tanto la primera experiencia con las drogas. La relación del tabaco con los porros y, sobre todo, con el alcohol es muy fuerte y dichas sustancias se retroalimentan entre sí.
- Se ha percibido una escasa incidencia de la publicidad, tanto de aquella destinada a incentivar su consumo (que además está prohibida en la actualidad) como de aquella destinada a prevenirlo. El tabaco circula por las redes y es el boca-a-boca informal el que distribuye información y estímulos en relación al mismo.
- Frente al entramado institucional formado por familias, escuelas, Administraciones, medios de comunicación, etc. que presionan contra el tabaco, los adolescentes se inician en el hábito a partir de una trama de sociabilidades propia, autónoma y que tiene un carácter instituyente. El propio proceso de la adolescencia se confunde con la aparición de esta potencia social instituyente.

- El inicio en el consumo de tabaco se parece a los antiguos ritos de paso. En ellos el *impasse* de la prueba abre un mundo que no está en ninguno de los lados que separa el rito. Ese tercer espacio es un mundo peligroso. Del mismo modo, los adolescentes abren en su adolescencia un espacio de indeterminación que ven con inquietud tanto las familias como las Administraciones.
- El consumo de tabaco de los adolescentes debe inscribirse en un macro-ritual social en el que éstos afirman, a través del ritual del consumo de tabaco, un modo de estar en el mundo nuevo, distinto del promocionado por las instituciones. Al otro lado, las instituciones promueven rituales prohibicionistas formados por campañas, charlas, etc.

b) Desde el punto de vista de los discursos

- El inicio en el tabaco se produce en un contexto de colisión entre el orden instituido y la potencia instituyente que traen consigo los adolescentes y que nos muestran otros modos de ser de lo social. El orden genera en su mayor parte conductas que oscilan entre la bipolaridad esquizoide, el cinismo y la perversión. Todas ellas son conductas anómicas generadas por un orden que tiene un carácter paradójico y que dificulta la coherencia.
- En el otro bando nos encontramos unos jóvenes que parecen actuar más coherentemente pero de un modo que no satisface al orden, pues tiende a desembocar en el consumo de tabaco. También ayuda a que los sujetos se construyan reforzando dos dimensiones esenciales de la subjetividad, su sociabilidad y su individualidad. Ambas parece que funcionan en gran medida al margen de cualquier trama institucional. Más bien se desenvuelven en sus intersticios, huecos, márgenes, etc.
- “Engancharse” es una palabra muy común entre los adolescentes, tanto fumadores como no fumadores, que suele asociarse a un discurso victimista que termina hablando en términos de culpabilidad o debilidad.

Estamos ante una palabra que forma parte de un campo semántico construido (para los observadores no fumadores) o inducido (en el caso de los participantes fumadores) por los discursos elaborados desde las instituciones.

- Las resistencias que encuentra el adolescente para iniciarse en el tabaco es el campo semántico dibujado por la adicción, que tiene importantes connotaciones morales (debilidad, culpabilidad), el discurso propiamente moral proveniente del entorno familiar y el discurso sanitario. Sin embargo, los adolescentes han logrado adaptarlo y reinterpretarlo, incluso para volverlo en contra. Donde esto resulta más difícil, prácticamente imposible, es en el caso de la influencia moral paterna, que tiene un peso mayor que la influencia institucional.

2.2. Las redes sociales

- Fumar es un acto social por lo que las relaciones sociales y el contexto social en el que se desarrolla juegan un papel muy importante en el consumo de tabaco.
- La adolescencia es un período de transición entre la infancia y el mundo adulto. El comportamiento del adolescente y el trato que éste recibe de los adultos se mueven entre estos dos mundos, soportando por ello numerosas contradicciones. Ni el adulto comprende al adolescente ni éste se siente comprendido por el adulto, por ello no sorprende que los referentes del adolescente dejen de ser los padres y otros adultos para ser sus iguales, con quienes tienen una conexión mucho mayor.
- Las relaciones con vínculos más fuertes son las que el adolescente establece con sus mejores amigos, que, por lo general, son también compañeros del instituto. Además, el adolescente posee generalmente una amplia red social con la que mantiene relaciones con vínculos más débiles, pero que también son importantes para él.

- El instituto es el lugar donde más tiempo pasa a lo largo de la semana el adolescente y es allí donde establece la mayor parte de sus relaciones sociales y de su proceso de socialización. El otro momento importante de la semana es el ocio del fin de semana (tarde y noche del viernes y, sobre todo, del sábado), ya que es cuando conoce nueva gente, flirtea con personas que le gustan, experimenta con las drogas o reafirma su identidad de pertenencia al grupo. Además, durante el período estival, el adolescente suele relacionarse en otros contextos (la playa, el pueblo) que le abren las puertas a nuevas relaciones y experiencias.
- Internet y, en especial, las redes sociales como *Tuenti* juegan un papel muy importante en la vida social del adolescente, siendo un espacio virtual en el que también se relaciona y que, por tanto, hay que considerar y tener muy en cuenta.

2.3. El consumo

- La entrada en la adolescencia provoca un cambio en la percepción del tabaco, abandonándose el rechazo que se producía en la infancia y aceptándose como algo propio de la transición a la vida adulta.
- El cambio en la percepción que los adolescentes tienen sobre el tabaco viene motivado por la influencia de sus amigos y personas de su entorno social. Esta presión del grupo no es explícita ni consciente pero sí muy efectiva y explica que los adolescentes cuyos amigos son fumadores tengan una mayor posibilidad de repetir las experimentaciones y adquirir el hábito.
- Las redes sociales son, por tanto, mucho más fuertes y eficaces que el entorno familiar, educativo e institucional a la hora de influir en el comportamiento del adolescente.
- Para muchos adolescentes los porros tienen una mejor imagen que el tabaco y tienen una percepción muy baja de sus riesgos, lo que favorece

su consumo. Este consumo de porros, que es bastante elevado, favorece un posterior consumo del tabaco. Es decir, hay adolescentes que consumen tabaco como consecuencia de su consumo de porros.

- Se puede diferenciar a *grosso modo* entre dos tipos de fumadores adolescentes: el fumador esporádico, que suele fumar sólo algún cigarro el fin de semana, y el fumador habitual, que fuma casi todos los días varios cigarrillos.
- El consumo de tabaco entre la población adolescente es muy irregular, variando mucho la cantidad que se fuma, la cual depende del momento de la semana (se fuma más los fines de semana), de la actividad que se realiza (se fuma más si se está de botellón o de bares), de la compañía con la que se está (se fuma más en compañía de amigos fumadores), del acceso al tabaco (cuando no se tiene dinero para comprar tabaco apenas se fuma) o de la libertad de la que se disfruta (se fuma más cuando no hay una vigilancia de los adultos).
- La mayor parte del consumo de tabaco se realiza en compañía de amigos fumadores. En el caso de los fumadores esporádicos, sólo fuman con otros amigos, mientras que los fumadores habituales, aunque fuman la mayor parte de los cigarros en compañía, también fuman en solitario. Este carácter social del tabaco evidencia la existencia de una fuerte adicción social al mismo, la cual va dejando paso a la adicción física en la medida en que se incrementan los cigarros consumidos en solitario, siendo en estas edades mucho más fuerte la adicción social que la física.
- Los motivos aducidos para fumar varían mucho según con quién se hable. Los expertos consideran que los adolescentes fuman para parecer más mayores, sentirse mejores y más seguros e integrarse en el grupo. Los adolescentes no fumadores comparte esta visión mientras que los adolescentes fumadores dicen que fuman simplemente porque les gusta, rechazando la idea de que lo hacen para sentirse más mayores o mejores, si bien sí que reconocen que a veces fuman para relajarse.

- Existen diferencias de género en cuanto a las motivaciones que incentivan el consumo de tabaco, siendo especialmente eficaz entre las adolescentes el mito de que el tabaco adelgaza. Igualmente, el mito de que el tabaco relaja tiene mayor influencia entre las chicas, quienes recurren en mayor medida al tabaco en situaciones de tensión, como un examen o un problema personal.
- Muchos de los motivos que favorecen el consumo de tabaco (inseguridad, baja autoestima, nervios...) obedecen a factores psicosociales relacionados con el desarrollo de la personalidad del adolescente. Fomentar la autoestima y la seguridad en sí mismo, así como el desarrollo de una personalidad madura y responsable, es el mejor factor protector frente al tabaco.
- El tabaco ocupa ya un lugar muy importante en la vida de los adolescentes fumadores, puesto que pueden llegar a modificar sus actividades buscando poder fumar o incluso valoran el haber tenido un buen día en función de la libertad y tranquilidad con la que hayan podido fumar.
- El tabaco es un tema que no se trata mucho en los institutos (con excepciones) y el tratamiento que se hace no es muy eficaz, puesto que, más importante que dar charlas o lanzar advertencias contra el tabaco, es la comunicación fluida y basada en la confianza entre el profesor (sobre todo el tutor) y sus alumnos.
- En aquellos centros educativos donde los profesores toleran de manera implícita que se fume en algunos espacios poco visibles del recreo, se refuerza la percepción que tiene el adolescente de la hipocresía del mundo adulto (los adolescentes saben que los profesores lo saben pero que aparentan no saberlo). En estos centros se favorece la normalización del tabaco y la repetición de la experimentación.
- Tampoco ayuda a la prevención del tabaquismo en los institutos el hecho de que los profesores fumen delante de los estudiantes, aunque sea fuera del recinto educativo. En este aspecto, no parece haber una gran

conciencia entre los profesores fumadores sobre el ejemplo que dan a sus alumnos.

- El tabaco es muy accesible para los adolescentes, quienes no tienen problema para comprarlo, puesto que hay muchos establecimientos (sobre todo bares) que dispensan tabaco a menores, incumpliendo de esta manera la normativa al respecto.
- Si en alguna ocasión los adolescentes no tienen tabaco es porque carecen de dinero para comprarlo. Cuando esto ocurre, fuman mucho menos y lo poco que fuman es porque son invitados por algún amigo.
- No existe un apoyo entre los adolescentes fumadores a la prohibición de fumar en bares. Sin embargo, la experiencia de las discotecas *light* indica que dicha prohibición es aceptada sin mayor problema por los adolescentes y que incluso tiene sus beneficios para los fumadores puesto que favorece las conversaciones con gente que no se conoce en la puerta de la discoteca.
- Los adolescentes contemporáneos ya no son objeto de la publicidad de las compañías tabacaleras que les incite al consumo de tabaco, por lo que prácticamente puede eliminarse en la actualidad la publicidad como causa del inicio al tabaco, si bien parece evidente que las tabacaleras continúan promocionando el tabaco de manera subliminal a través de, por ejemplo, series y películas.
- Las campañas publicitarias de prevención del tabaquismo parece que no tienen un impacto muy significativo. Por un lado, como consecuencia de que los adolescentes se sienten mucho más influidos por sus redes sociales de amigos que por las instituciones, pero también como consecuencia del formato y estilo de dichas campañas, las cuales no consiguen generar confianza en sus destinatarios, quienes las perciben como un anuncio publicitario más.

2.4. Lo instituido

- El acceso a la compra de tabaco por parte de los adolescentes se produce sin mucha dificultad a pesar de su prohibición. Esto se debe fundamentalmente a que existen numerosos puntos de venta que no respetan la ley y venden tabaco a menores de 18 años. Cuando no les resulta posible comprar tabaco, recurren a personas más mayores para ello.
- La prohibición de comprar y vender tabaco a menores no se hace extensible a su consumo, lo que es percibido como contradictorio por los adolescentes, quienes no entienden que no les permitan comprar pero sí puedan fumar (salvo en determinados lugares donde está prohibido).
- La posibilidad de que se prohíba fumar en todos los espacios cerrados, incluidos los bares, es percibida de manera diferente por los adolescentes, en función de si fuman (están en contra) o si no fuman (están a favor). La opción de que hay espacios para fumadores y no fumadores es la que tiene una mayor aceptación, puesto que consideran, tanto fumadores como no fumadores, que respeta la libertad de todos. En cualquier caso, la experiencia de la prohibición de fumar en las discotecas *light* muestra cómo la población adolescente probablemente se adaptase mucho mejor a la prohibición de fumar en los bares que la población adulta.
- El impacto de las campañas publicitarias no parece que sea muy relevante a juzgar por el escaso recuerdo de las mismas que tienen los adolescentes. Además, incluso consideran que el continuo mensaje de que no deben fumar precisamente produce el efecto contrario y les incentiva la curiosidad por probar el tabaco.
- La información que se aporta en las campañas y en los mensajes del mundo adulto no parece que sea muy eficaz, en parte porque se alude a temas de poca importancia para el adolescente (como la salud a largo plazo) y en buena parte porque se repite la misma información muchas veces, lo que produce una saturación del mensaje y provoca un cierto hartazgo en el receptor.

- Esta saturación del mensaje contrasta con la percepción que el adolescente tiene del pasado, pues consideran que cuando comenzaron a fumar sus padres había mucha menos información. Sin embargo, en la actualidad, ellos se consideran sobradamente informados, lo que no favorece que sean receptivos a recibir una información que ellos consideran que ya conocen.
- La información más eficaz es aquella que resulta útil en el contexto inmediato, para lo cual tiene que estar adaptada a la realidad social del adolescente. Esta información sería aquella destinada a fomentar la capacidad de resistencia a la presión grupal que tiene el adolescente mediante estrategias útiles en su contexto cotidiano.

2.5. Las relaciones familia-tabaco

- El hecho de que el padre o la madre fumen favorece que también lo hagan sus hijos debido a que el consumo paterno de tabaco ayuda a que el adolescente perciba éste como algo normal y propio de los adultos. Además, hace que las advertencias frente al tabaco del padre o madre fumador resulten muy inconsistentes y sean percibidas por el adolescente como parte de la hipocresía del mundo adulto.
- La importancia de los hábitos familiares de consumo de tabaco en la iniciación al mismo forma parte de un entramado complejo de relaciones que va más allá de la propia familia y que influye notoriamente en la percepción del adolescente sobre el tabaco.
- El tipo de autoridad que los padres ejercen con su hijo condiciona el tipo de relación que mantienen con él, teniendo por tanto el adolescente más o menos confianza en sus padres para hablar las cosas. Un tipo de autoridad más prohibicionista favorece que el adolescente realice su consumo de manera clandestina un tiempo más prolongado, además de

que hace mucho menos eficaz la información y advertencias que recibe de los padres.

- El control de los padres sobre las actividades del hijo fuera del hogar también influye en el consumo de tabaco, siendo éste mayor cuando el grado de control es menor. Dentro del hogar, el consumo prácticamente se limita a los momentos en los que el adolescente está sólo en casa y únicamente se produce cuando el hábito ya está asentado.

3. RECOMENDACIONES

3.1. Intervención integral

El consumo de tabaco obedece a diferentes causas, resultando muy difícil valorar cuánto afecta cada una de ellas. No resulta posible aislar una de las variables que intervienen en el consumo e intervenir exclusivamente sobre ella, comprobando de esta manera el impacto que tiene. Por ello, es preciso un tratamiento integral sobre el problema del consumo de tabaco de los adolescentes. Cuanto mayor sea el número de variables sobre las que se interviene, mayor será el éxito de la intervención.

3.2. Argumentos para no fumar

La mayor parte de los argumentos que se utilizan para desincentivar el consumo de tabaco están relacionados con la afección de éste a la salud. Sin embargo, como se ha visto, los adolescentes no conceden mucha importancia a la salud, sobre todo si las consecuencias son a largo plazo, por lo que resulta aconsejable utilizar también otros argumentos que puedan causar más impacto.

Estos argumentos deberían estar dirigidos a modificar la imagen que muchos adolescentes tienen del fumador (adulto y “enrollado”), fomentando por tanto una imagen del fumador como una persona inmadura y “pringada”. Conviene destacar la importancia que para los adolescentes tiene la imagen y que, en buena parte, fuman por el valor simbólico que para ellos tiene este acto. Como dice María Luisa Jiménez Rodrigo, “es más importante tener el cigarro en la mano que en la boca”¹.

¹ María Luisa Jiménez Rodrigo (2008). “Ilusiones de humo. Sentidos y sinsentidos del consumo femenino de cigarrillos”. Artículo aparecido en la Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, N°2, marzo de 2008.

De tal manera podría lanzarse el mensaje de que una persona fuma porque no tiene suficiente personalidad para hacer lo que piensa y prefiere dejarse llevar por lo que hacen los demás, o que es un “pringadillo” porque se gasta su propina en enriquecer a las tabacaleras que lo manipulan. Asimismo, se podría decir que fumando se liga menos, pues el tabaco afecta al olor que se tiene, el aliento huele mal y los besos saben a cenicero. Además, y en este mismo sentido, se podría argumentar que los fumadores ligan menos porque tienen mucho más difícil ligar con personas que no fuman, mientras que las personas que no fuman no tienen más difícil ligar con fumadores.

Por otro lado, también sería conveniente que el mensaje preventivo combatiera ciertos mitos en torno al tabaco, como que adelgaza o sirve para relajar, y que influyen principalmente en las chicas.

3.3. Tratar a los adolescentes como adultos

Ha quedado claro que los adolescentes se sienten adultos y tienden a recrear un mundo de adultos. Por lo tanto, parece evidente que cualquier acción encaminada a producir un cambio en su comportamiento, como la reducción del consumo de tabaco, ha de estar fundamentada en esta forma de entender su posicionamiento ante la vida.

Ha quedado demostrado que cualquier acción encaminada a convencer al adolescente de que no debe fumar, porque todavía no es adulto, está destinada al fracaso. Es más, es posible que refuerce todavía más sus deseos de probar e iniciarse en esta práctica.

Entre los elementos que componen el sentirse adulto, se encuentra, sin duda, la posibilidad de tomar decisiones por ellos mismos, lo que hemos denominado como ansias de libertad o, en otros apartados del informe, la puesta en marcha de comportamientos autónomos (en contradicción con los heterónomos, que son propios de la infancia). Pero el consumo de tabaco no se explica sólo por las ansias de libertad de los adolescentes, sino que tiene

mucho que ver con la satisfacción de determinadas dimensiones psicosociales, tales como la confianza, la autoestima o el sentimiento de pertenencia a un grupo. Deseos que pretenden satisfacerse, entre otros medios, a través del tabaco como consecuencia de una situación de construcción de su propia personalidad (desde el punto de vista del adulto: inmadurez) y de sobreestimación de los aspectos estéticos y simbólicos. Por ello, la formación que mejor puede prevenir el consumo de tabaco es una formación integral de la personalidad que compense tales aspectos y, por tanto, evite el consumo. Es decir, no puede entenderse la prevención del tabaquismo de manera aislada, sino que debe estar integrada en la formación de la personalidad del adolescente desde postulados críticos y maduros.

3.4. Una intervención más allá de los adolescentes

Como hemos tratado de demostrar a lo largo del informe, los adolescentes han detectado con total clarividencia que existe una contradicción entre las políticas destinadas a combatir el consumo del tabaco (incluida la legislación) y las prácticas de los adultos. Esa incoherencia, más allá de mostrar las dificultades para modificar el comportamiento de los adultos, es interpretada por el adolescente de una forma novedosa, que no estaba prevista por los impulsores de tales políticas: el adulto, dueño de su destino, es capaz de contradecir las normas (legales y sociales) que denostan el consumo de tabaco. Y ese dominio sobre el propio destino es lo que persigue el adolescente.

Por tanto, los programas de intervención que se diseñen no deben contemplar únicamente la población adolescente, sino que también deben de incluir la intervención sobre aquellos adultos que tienen una mayor influencia sobre ellos, con el fin de mitigar este mensaje contradictorio que emiten los adultos y que resta credibilidad al discurso preventivo.

Este tipo de intervención básicamente consistiría en una formación y asesoramiento sobre cómo relacionarse con sus hijos o alumnos y sobre cómo

abordar el tema del tabaco. Respecto a los profesores, existen mecanismos para acometer este tipo de intervención (por ejemplo, la formación del profesorado), pero resulta más difícil en el caso de los padres. En este caso, se recomienda intervenir cuando sus hijos están en 5º y 6º de Primaria, puesto que los padres, a partir de la ESO, dejan de acudir en su mayoría a las reuniones para padres. En la intervención con los padres es importante que comprendan la relación existente entre que el padre o madre fume y que también lo haga el hijo, explicándoles el por qué de esta relación (inconsistencia e incoherencia del discurso paterno, naturalización del tabaco...). A pesar de que los padres fumadores van a ser reacios a este tipo de mensaje, es muy posible que sobre algunos de ellos sí que tenga el efecto deseado y contribuya, junto otros factores, a reforzar el deseo (que está muy generalizado entre los fumadores) de abandonar el consumo de tabaco.

3.5. Formación en la responsabilidad

En línea con lo que se acaba de comentar, no se puede separar la prevención del tabaquismo de la formación y educación en valores del adolescente, tanto por parte de los padres como de los profesores. Es muy frecuente que los adultos aconsejen a los adolescentes no realizar alguna actividad (como fumar), puesto que puede resultar perjudicial para el propio adolescente. Sin embargo, puesto que se desconfía de la decisión del adolescente, se le “asusta” a éste con información un tanto exagerada o alarmista acerca de los riesgos de la actividad en cuestión. En ocasiones incluso se le prohíbe realizarla y se le amenaza con alguna sanción.

Esta manera de abordar la relación con el adolescente parte de una concepción de desconfianza hacia el mismo, a quien se le considera incapaz de decidir por sí mismo, por lo que el adulto debe tomar la decisión acertada por él. Ahora bien, si al adolescente no se le proporciona una información objetiva, se pierde credibilidad y se provoca una desconfianza hacia quien le ha transmitido la información de esta manera (los padres, el profesor, etc.). Además, este tratamiento del adolescente como persona inmadura, no

favorece el desarrollo de su personalidad, lo cual es un factor protector muy importante frente al tabaco y frente a otros muchos comportamientos de riesgo. Si se espera del adolescente que tome decisiones maduras y responsables, es importante tratarlo como una persona madura y responsable.

3.6. La clave para acceder al mundo de los adolescentes: la importancia de los medios

La adolescencia se define, de hecho, como una etapa de tránsito entre la infancia y la adultez. Por lo tanto, no podemos pensar que los mensajes y los medios que se utilicen han de ser los mismos que en los adultos. Además, los adolescentes ponen en funcionamiento vías de comunicación novedosas que difieren sustancialmente de las de los adultos.

En este sentido, hay dos claves a tener en cuenta: el emisor de los mensajes, respecto a lo cual ha quedado demostrado que tienden a disponer de mayor capacidad de incidencia si proceden de personas o ámbitos en los que tienen confianza (sus iguales); y el medio, respecto a lo que hemos podido comprobar que Internet posee cada vez más trascendencia.

Internet juega un papel muy importante en vida de los adolescentes, por lo que debe ser una herramienta a utilizar en la difusión del mensaje preventivo. Una de las características que hace que la red sea tan eficaz es que el mensaje llega directamente a través de conocidos o bien es el propio adolescente el que busca la información. Por ejemplo, mientras un anuncio de televisión el adolescente lo tiene que ver “obligatoriamente” (salvo que cambie de canal mientras duran los anuncios), un video colgado en Youtube lo ve de manera voluntaria y únicamente accede a él si algún amigo le envía el enlace o si directamente lo busca él.

Especialmente importantes y eficaces son las redes sociales entre la población adolescente, pues son redes de confianza en las que se accede a la información de aquellos amigos que previamente se han aceptado como tales.

Además, estas redes sociales como Tuenti o Facebook están muy extendidas, siendo utilizadas “a menudo” por el 41,4% de los adolescentes y “alguna vez” por el 28,9% de los mismos². Por ello, la elaboración de mensajes en formato adecuado para ser distribuidos en estas redes sociales resulta especialmente recomendable. Además, estas redes favorecen el debate, por lo que serían los propios adolescentes no fumadores los que argumentarían en contra del consumo de tabaco, siendo de esta manera el mensaje mucho más convincente.

Igualmente, hay que tomar en consideración la importancia que siguen teniendo los medios de comunicación de masas, entre los cuales, las películas, a través del cine o la televisión, adquieren especial relevancia. Igual sucede con otras experiencias, como los juegos de videoconsola. Hemos podido comprobar cómo esos medios son utilizados para introducir mensajes subliminarios que tratan de vehicular el ansia de libertad (de comportamiento autónomo) a través del consumo de tabaco. Las nuevas políticas anti-tabaco deberían utilizarlos en sentido contrario.

3.7. Impacto visual

El trabajo de campo con los adolescentes ha demostrado el escaso recuerdo que tienen de las campañas preventivas, siendo recordadas aquellas que les han llamado la atención por su gran impacto visual. Es decir, que una imagen llama mucho más su atención y perdura más que cualquiera de los argumentos que se puedan usar contra el tabaco.

² Ángeles Rubio Gil (2009). “Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad”. Instituto de la Juventud, 2009.

3.8. Educación saludable

La mayor parte de los argumentos frente al tabaco están basados en las consecuencias que éste tiene para la salud. Por tanto, para que dichos argumentos resulten eficaces, el receptor del mensaje tiene que ser una persona que dé importancia a la salud y la considere un elemento central de su vida.

La población adolescente, por lo general, no se muestra muy preocupada por este tema. Son jóvenes, en la mayoría de los casos se encuentran bien de salud, y ven las potenciales enfermedades como algo muy futuro y casi ajeno a ellos. Esto hace que los argumentos más utilizados, es decir, los basados en la salud, no tengan mucho efecto entre muchos adolescentes, más preocupados por mostrar una imagen externa determinada que por la posibilidad de sufrir un cáncer de pulmón dentro de cuarenta años.

Esta realidad puede ser modificada mediante una mayor concienciación del adolescente respecto al tema de la salud. Pero, para ello, debe considerarse la salud en su conjunto y fomentar desde la infancia estilos de vida saludables, tales como una alimentación equilibrada, la realización de ejercicio físico, etc.

A pesar de la existencia de un discurso oficial cada vez más preocupado por el tema de la salud, lo cierto es que el estilo de vida de la sociedad actual es muy poco saludable. Además, en la cultura popular hay una cierta tolerancia con los riesgos para la salud (“de algo hay que morir”, “lo que no mata engorda”, etc.) que no favorece un pensamiento a largo plazo respecto al tema de la salud.

Por ello, es importante que la formación que reciban las personas desde niños estimule un estilo de vida saludable, ya que de esta manera se crearán las condiciones para que los argumentos frente al tabaco relacionados con la salud tengan un mayor impacto. En consecuencia, resulta recomendable reforzar esta perspectiva en el sistema educativo, en los consejos que se dan a los padres sobre cómo educar a sus hijos y en la atención sanitaria primaria

puesto que, como se ha visto, la concienciación sobre la importancia de llevar un estilo de vida saludable puede ser un importante factor protector.

3.9. Fomento de inquietudes y de un ocio alternativo

El consumo de drogas, incluido el tabaco, está muy vinculado a momentos de ocio en los que los adolescentes básicamente se dedican a “estar juntos”, sin una actividad concreta que realizar; momentos que son muy proclives a la experimentación con estas sustancias como forma de explorar conjuntamente nuevos territorios. Por ello, es lógico pensar que una persona que tenga inquietudes e intereses, ya sea sobre deporte, cultura, política, etc. rellenará esos espacios libres con otras actividades y, por tanto, tendrá menos posibilidades de experimentar repetidamente con el tabaco.

También hay que dar alternativas de ocio. El problema no es que hacer botellón e ir a bares y discotecas sea la primera opción de ocio de los adolescentes, sino que para muchos de ellos es la única opción. Obviamente, salir de fiesta para estar con los amigos, escuchar música y ligar es una opción de ocio preferente de los adolescentes y no resulta posible evitar que así sea. Pero sí que se debe tratar de estimular otras opciones para ampliar su abanico de intereses, lo que supondría un importante factor protector respecto al consumo de tabaco y otras drogas. Para ello, ampliar la oferta de ocio (deportivo, cultural, excursiones) y rebajar su coste (el precio de una entrada de cine o teatro, por ejemplo, resulta prohibitivo para muchos adolescentes) debería ser una de las prioridades de las políticas de juventud.

3.10. Prevención del consumo de cannabis

Se ha detectado una importante relación entre el consumo de cannabis y el de tabaco, resultando que, en ocasiones, es el consumo de porros el que motiva y precede al de tabaco y no a la inversa como ocurría hace años. El consumo de cannabis no solamente está muy generalizado entre los adolescentes sino que, a diferencia del tabaco, es percibido por muchos de ellos como poco perjudicial para la salud. Por ello, es importante desmontar ciertos mitos del cannabis, como que es saludable o que no genera adicción. Ahora bien, es recomendable que esta desmitificación se encuentre integrada en un discurso objetivo y riguroso sobre esta sustancia, ya que el discurso alarmista y exagerado que muchas veces se prodiga no resulta creíble para muchos adolescentes.

3.11. Accesibilidad

Como ya se ha comentado, dificultar la accesibilidad de los adolescentes al tabaco previsiblemente tendría como efecto una reducción de su consumo. Esta reducción de la accesibilidad se puede lograr mediante dos vías, incrementando su precio y dificultando su compra. Respecto a esto último, se ha detectado que la actual normativa que prohíbe la venta a menores de 18 años es incumplida de manera sistemática por números establecimientos dispensadores de tabaco, sobre todo por algunos bares. Por ello, se hace preciso un mayor control del cumplimiento de la normativa, el cual sería más fácil de efectuar si se redujeran los puntos de venta, por ejemplo, permitiendo únicamente a los estancos la venta de tabaco.

3.12. Legislación

La extensión de la ley de espacios sin humo a la hostelería tendría importantes efectos positivos, no sólo en la protección de la población no fumadora, sino también en la desnaturalización del tabaco. Además, esta reforma legislativa parece ser que sería aceptada sin mayores problemas por la población adolescente. Por tanto, se aconseja la prohibición de fumar en bares y restaurantes.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Khalaf-Ayash, A. Fabregat-Agost, N. Khalaf-Viciano, A. Sánchez-Martínez (2009). “Prevalencia del tabaquismo y perfil del fumador en los escolares adolescentes de la provincia de Castellón”. Artículo publicado en el Vol. 11 Num. 1 de *Prevención del tabaquismo*.
- M. Yáñez, R. López y otros (2006). “Consumo de tabaco en adolescentes. Estudio poblacional sobre las influencias parentales y escolares”. Artículo publicado en *Arch Bronconeumol*, nº 42.
- Pérez-Milena, M. L. Martínez-Fernández (2006). *Tabaquismo y adolescentes: ¿Buen momento para dejar de fumar? Relación con factores sociofamiliares*. Aten Primaria. 2006; 37 (8).
- Araceli Caballero-Hidalgo, Beatriz González y otros (2005). *Factores predictores del inicio y consolidación del consumo de tabaco en adolescentes*. Gac Sanit. 2005; 19 (6).
- Cándido J. Inglés, Beatriz Delgado y otros (2006). “Factores psicosociales relacionados con el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes españoles”. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 2007, Vol. 7, Nº 2, pp. 403-420.
- Consejo Nacional de la Juventud de Aragón (2009). *Los jóvenes aragoneses y la adolescencia*. Caja Inmaculada y Gobierno de Aragón.
- European Network on Young People and Tobacco. *What has been Recommended for Policy and Program Issues Dealing with Young People and Tobacco*.
- G. Gómez Cruz (2009). “El consumo de tabaco en adolescentes”. Artículo publicado en el Vol. 11 Num. 1 de la revista *Prevención del tabaquismo*.

- Junta de Andalucía (2009). *Las mujeres y el tabaco: Un enfoque de género a la prevención en Andalucía*.
- Luque Hernández M.J., Mesas Rodríguez A y otros (2002). “¿Qué piensan los niños sobre el tabaco?”, *Medicina de Familia*, Vol. 3, N. 3.
- M Nebot, Z Tomás y otros (2004). “Factores asociados con el inicio del tabaquismo: seguimiento a los 3 años de una cohorte de escolares”. Artículo publicado en *Arch Bronconeumol*, nº 40.
- M^a Belén Bueno Martínez y otros (2006). *Creencias y motivaciones en la iniciación al consumo de tabaco de niñas y adolescentes y efectos sobre su salud*. Instituto de la Mujer.
- María Luisa Jiménez Rodrigo (2007). *Mujeres y tabaco: La feminización del consumo de cigarrillos en España*. Tesis Doctoral. Universidad de Granada.
- María Luisa Jiménez Rodrigo (2008). “Ilusiones de humo: sentidos y sinsentidos del consumo femenino de cigarrillos”. Artículo publicado en el nº 2 de *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*.
- María Luisa Jiménez Rodrigo. *Una profecía que se cumple a sí misma: Tras los mitos del consumo femenino adolescente de cigarrillos*.
- Mònica Cortésa, Anna Schiaffino y otros. *Factores cognitivos asociados con el inicio del consumo de tabaco en adolescentes*. Institut Català d’Oncologia (2007).
- P. Tercedor, M. Martín-Matillas y otros (2007). “Incremento del consumo de tabaco y disminución del nivel de práctica de actividad física en adolescentes españoles”. Estudio AVENA. Artículo publicado en *Nutrición Hospitalaria*, nº22, pags. 89-94.
- R. Marrón Tundidor, A. Pérez Trullén y otros (2003). “Factores de inicio del consumo de tabaco en adolescentes”. Artículo publicado en el Vol. 5 Num. 4 de *Prevención del tabaquismo*.

Rodrigo Córdoba y Encarna Samitier (2009). *50 Mitos del tabaco*.
Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón.