

## Creencias y actitudes de los jóvenes en relación al tabaco y el establecimiento de medidas encaminadas a reducir su consumo<sup>1</sup>

Rubén Díez García

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Carlos III de Madrid

Recibido: 23/11/2010 · Aceptado: 15/04/2011

### Resumen

Partiendo de los datos de una encuesta realizada a 130 jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y 29 años, este trabajo analiza dos aspectos relacionados con el consumo de tabaco entre los jóvenes. Por un lado, sus creencias y actitudes respecto al consumo de tabaco y la necesidad de establecer medidas para reducir su consumo. Por otro, la identificación y el análisis de las dimensiones empíricas que subyacen bajo este sistema de creencias y actitudes. Las principales técnicas de análisis estadístico aplicadas en este trabajo han sido la exploración de frecuencias marginales y estadísticos, la tabla de contingencia, el contraste de medias, el análisis factorial y el análisis de correlación.

### Palabras Clave

Tabaquismo, jóvenes, salud, políticas de salud pública, España.

*<sup>1</sup> Este artículo es una síntesis de la Comunicación "Creencias y actitudes de los jóvenes en relación al consumo de tabaco. Valoración e impacto de la inclusión de imágenes en los paquetes de tabaco". Esta Comunicación fue presentada en el Congreso Andaluz de Sociología celebrado en Córdoba los días 4, 5 y 6 de noviembre de 2010 y ciertos aspectos de la misma, no tratados en este texto, serán objeto de análisis en una publicación próxima. Quisiera agradecer a la Profesora María Luisa Jiménez Rodrigo de la Universidad de Sevilla sus valiosos comentarios a las versiones preliminares.*

— Correspondencia a: \_\_\_\_\_  
Rubén Díez García  
Grupo de Sociología Comparada  
Departamento de Historia Económica e Instituciones  
Universidad Carlos III de Madrid  
C/ Madrid, 126 · 28903 Getafe (Madrid)  
E-mail: ruben.diez@uc3m.es



### **Abstract**

Starting from the data contained in a survey carried out on 130 young people between 18 and 29 years old, this paper analyses two issues connected to tobacco consumption among young people. Firstly, their beliefs and attitudes about smoking and the necessity of establishing measures aimed to reduce its consumption. Secondly, the identification and analysis of the empirical dimensions that lies under this system of beliefs and attitudes. The main techniques of statistical analysis applied have been those involving exploration of marginal frequencies and statistics, contingency table, contrasting media, factorial analysis and correlation.

### **Key Words**

Smoking, youth, health, public health policies, Spain.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El texto que aquí se presenta tiene por objeto analizar las actitudes y creencias de los jóvenes entre 18 y 29 años en relación al tabaco y las políticas públicas que tienen como objetivo reducir su consumo. Estas políticas se encuadran en el marco legal establecido por la ley de medidas sanitarias frente al tabaquismo, conocida popularmente como “ley antitabaco”, que entró en vigor el 2 de enero de 2011<sup>2</sup>. Un marco legal que incorpora al ordenamiento jurídico español la legislación europea en materia de prevención y control del tabaquismo, así como el Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para el Control del Tabaco ratificado por España.

Esta ley, al igual que su predecesora, ha dado lugar durante su proceso de aprobación por el Congreso de los Diputados a cierto grado

de controversia pública como consecuencia de los discursos desplegados en los medios por los agentes sociales implicados. Discursos referidos a las medidas regulatorias que cada ley introdujo en su momento.

No obstante, a la vista de los datos estadísticos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (Estudio 2627), la valoración por parte de la ciudadanía de las medidas que ya establecía la primera ley era en líneas generales positiva a mes y medio de su entrada en vigor en enero de 2006. Concretamente, el 77% se declaró a favor de prohibir el consumo de tabaco en lugares de trabajo cerrados y el 94% a favor de prohibirlo en lugares públicos como hospitales, colegios, organismos del Estado e instalaciones deportivas cerradas. Asimismo, al 77% le parecía bien o muy bien que sólo se pudiera fumar en zonas habilitadas a tal efecto en los restaurantes y bares de más de 100 m<sup>2</sup> y al 78% que se prohibiera todo tipo de publicidad referida al tabaco, a excepción de la que se realizara en el interior de los estancos<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

<sup>3</sup> En cuanto al grado de apoyo entre el colectivo objeto de estudio (jóvenes entre 18 y 29 años) los datos de este mismo estudio mostraban una tendencia equi-



Sin embargo, el apoyo a alguna de estas medidas entre los fumadores era sensiblemente más bajo. Tan sólo el 57% estaba a favor de la prohibición en lo tocante a lugares de trabajo y el 63% a favor de la limitación del consumo en restaurantes y bares. Otras medidas como la de prohibir el consumo en lugares públicos y la publicidad ofrecían un apoyo más que aceptable entre este grupo, con porcentajes de aprobación del 88% y el 72% respectivamente. En este mismo orden de cosas, pasado un año de su entrada en vigor, el grado de apoyo entre la población se mantenía relativamente elevado. El 52% pensaba que dicha ley era buena y el 16% que era muy buena, -cerca de 7 de cada 10-, frente a un 15% que pensaba que era mala y un 4% que la valoraba como muy mala, -casi 2 de cada 10- (CIS, Estudio 2665)<sup>4</sup>. Entre tanto, el colectivo de fumadores registraba niveles más bajos de aceptación y niveles más altos de rechazo: al 54% de fumadores la ley le parecía bien o muy bien, mientras que el 30% pensaba que la ley era mala o muy mala<sup>5</sup>.

*valente: el 75% apoyaba la prohibición de fumar en lugares de trabajo cerrados, el 92% veía bien o muy bien prohibirlo en lugares públicos y el 77% que sólo se pudiera consumir tabaco en la zona de fumadores en restaurantes y bares, así como en lo relacionado con las medidas concernientes a la publicidad referida al tabaco.*

*4 También los datos del referenciado estudio del CIS para la población de 18 a 29 años presentaban en este caso proporciones similares de jóvenes que creían que la ley era muy buena, el 15%, o buena el 51%. Sin embargo, es de destacar que el 21% pensaba que esta era mala (un 6% más que en la población total). Únicamente un 4% la valoró como muy mala, al igual que la población general.*

*5 De la misma forma, un estudio de ámbito regional vino a destacar que la ley recibió un apoyo mayoritario entre la población catalana. Si bien los fumadores brindaban un apoyo menor a las medidas propuestas, estas fueron mayoritariamente aceptadas a excepción*

El tabaquismo constituye hoy en día uno de los grandes problemas de salud pública a los que se enfrentan las autoridades sanitarias (OMS, 2009) y ha despertado un gran interés entre diversos profesionales e investigadores de las ciencias de la salud y las ciencias sociales, sobremanera en lo concerniente al consumo de tabaco entre los jóvenes<sup>6</sup>. Los datos del CIS (2008) vienen a señalar que aproximadamente 3 de cada 10 jóvenes entre 18 y 29 años son fumadores. Una proporción que se incrementa a 2 de cada 5 si se incluyen aquellos que hubieran fumado alguna vez (Estudio 2751). Estos datos están en consonancia con otros recogidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en colaboración con el Ministerio de Sanidad (Encuesta Nacional de Salud (ENS), 2006). Estos últimos vienen a indicar que el 27% de los jóvenes españoles de 16 a 24 años fuma diariamente y un 5% ocasionalmente. Mientras que en el grupo de edad comprendido entre los 25 y 34 años la proporción de fumadores diarios se incrementa 8 puntos porcentuales. Si bien, el de fumadores ocasionales se mantiene en la misma proporción. Asimismo, una de las encuestas domiciliarias que el Plan Nacional sobre Drogas (PNSD) realiza (EDADES, 2007) señala que en torno a 2 de cada 5 personas entre 15 y 34 años consumió tabaco durante los 30 días anteriores a la realización de la entrevista y 2 de cada 3 habían consumido tabaco

*de las limitaciones sobre el consumo en bares y cafeterías que sí implicaron un rechazo por parte del colectivo (Saltó et al., 2006).*

*6 Cf., por ejemplo, Vázquez y Becoña (1999); Font-Mayolas y Planes (2000); Sarría-Santamera et al. (2001); Ariza y Nebot (2002); Ariza y Nebot (2004); Mendoza et al. (2007); Mendoza y López (2007); Calleja y Aguilar (2008); Jiménez (2008); Martín et al. (2008).*



alguna vez en su vida. Otra encuesta coordinada por este mismo organismo y realizada a estudiantes de 14 a 18 años, matriculados en centros de Educación Secundaria (ESTUDES, 2008), confirma que la proporción de alumnos que consumió tabaco 30 días antes de realizar la entrevista se sitúa en torno a 1 de cada 3. No obstante, es de resaltar que la proporción de aquellos estudiantes que durante esos 30 días consumieron tabaco de forma diaria se reduce considerablemente hasta el 15%.

A cinco años vista de la puesta en marcha de la Ley 28/2005, la actual Ley 42/2010 incluye una serie de nuevas medidas encaminadas a “avanzar en la protección de la salud de los ciudadanos ampliando la prohibición de fumar en espacios públicos cerrados y colectivos”. Adicionalmente, la actividad legislativa del Parlamento en esta materia se ha visto fortalecida con la aprobación, en mayo de 2010, del Real Decreto 639/2010 que viene a desarrollar “los aspectos relativos al etiquetado de los productos del tabaco contemplados en la Ley 28/2005”<sup>7</sup>. Aspectos como la valoración de las medidas relacionadas con el etiquetado

7 Real Decreto 639/2010, de 14 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1079/2002, de 18 de octubre, por el que se regulan los contenidos máximos de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono de los cigarrillos, el etiquetado de los productos del tabaco, así como las medidas relativas a ingredientes y denominaciones de los productos del tabaco. Es de advertir que este Real Decreto incluye en su Disposición transitoria única, una prórroga de comercialización, por la cual a partir de su entrada en vigor “y durante los doce meses posteriores en el caso de las cajetillas de cigarrillos, o de veinticuatro meses posteriores en el caso de los demás productos del tabaco, podrán continuar comercializándose” los que no se adecúan a los cambios introducidos por la norma, que se ajustarán, en cualquier caso, al anterior Real Decreto sobre etiquetado y a la Ley 28/2005.

de los productos del tabaco por parte de los jóvenes serán objeto de análisis en una próxima publicación que complementa a esta.

Con el fin de abordar el fenómeno de las actitudes y creencias de los jóvenes en relación al consumo de tabaco y su regulación voy a centrarme en este trabajo en dos vías de análisis: i) el análisis descriptivo de las creencias y actitudes de los jóvenes en relación a ciertos aspectos relacionados con dicho fenómeno; ii) la identificación y el análisis de las dimensiones empíricas de ese sistema de creencias y actitudes. A lo largo del artículo daré respuesta a dos preguntas de investigación que me permitirán desarrollar estos análisis previa formulación de una serie de enunciados e hipótesis de trabajo.

## 2. MÉTODO

### 2.1. Preguntas de investigación e hipótesis de trabajo

Propongo dos preguntas de investigación concretas, cada una de las cuales se centra en una de las dos vías de análisis planteadas al final del último apartado introductorio. Asimismo, al objeto de profundizar sobre estas dos interrogantes, me sirvo de la formulación de enunciados e hipótesis de trabajo que me permiten delimitar los análisis descriptivos y de relación entre variables a desarrollar y exponer:

1ª Pregunta de investigación: *¿cuál es la percepción de los jóvenes acerca de los efectos perjudiciales del consumo de tabaco y la necesidad de establecer medidas para reducir su consumo?*

- Enunciado 1.1: *En líneas generales los jóvenes creen que fumar es perjudicial para la salud.*



- *Enunciado 1.2: Las actitudes de los jóvenes en relación a las medidas de reducción del consumo varían según el carácter de dichas medidas.*

- *Hipótesis 1.1: La opinión de los jóvenes en relación a la publicidad y la promoción del tabaco está relacionada con la pauta de consumo.*

*2ª Pregunta de investigación: ¿cuáles son las dimensiones empíricas que subyacen bajo el sistema de creencias y actitudes a la luz de la cuestión planteada anteriormente?*

- *Hipótesis 2.1: Las diferentes creencias y actitudes de los jóvenes en relación al tabaco y el establecimiento de medidas que lo regulen se configuran en torno a un conjunto no muy amplio de dimensiones o factores.*

- *Hipótesis 2.2: Las dimensiones que subyacen bajo dicho sistema de actitudes y creencias están relacionadas con la pauta de consumo del colectivo.*

- *Hipótesis 2.3: Las dimensiones que subyacen bajo dicho sistema de actitudes y creencias están relacionadas con el sexo de los jóvenes.*

## 2.2. Muestra

Me apoyo en los datos obtenidos a partir de una encuesta realizada a un total de 130 jóvenes madrileños con edades comprendidas entre los 18 y 29 años durante la primavera de 2010. Una encuesta basada en entrevistas personales llevadas a cabo en zonas no lectivas de centros educativos de educación superior, zonas de ocio y medios de transporte público del área metropolitana de la Comunidad de Madrid, en la que se seleccionó aleatoriamente, de entre los espacios de interacción cotidiana del entrevistador, las unidades pri-

marias de muestreo (lugar de la entrevista) y las unidades últimas (individuos entrevistados) sin establecer criterios de estratificación ni de ponderación<sup>8</sup>.

En relación al perfil de la muestra (ver Anexo I) es de destacar la diferencia observada entre los datos de las encuestas referidas en el apartado introductorio (CIS, INE y PNSD) y los obtenidos en la encuesta base de este artículo en relación al número de fumadores que registran. Si en las primeras el porcentaje de fumadores jóvenes oscila entre el 30 y el 40%, según la edad y la frecuencia de consumo, en la que aquí se presenta se ha obtenido un porcentaje de fumadores jóvenes de 18 a 29 años considerablemente más elevado. El 60,2% de los jóvenes entrevistados se consideraban fumadores habituales y el 10,9% fumadores ocasionales<sup>9</sup>. Respecto a las diferencias observadas se han de destacar dos hechos interesantes para el estudio de las pautas de consumo de los jóvenes mediante técnicas de encuesta. El primero hace referencia al proce-

<sup>8</sup> *La recogida de información mediante cuestionario se realizó, previa realización de un pre-test a una pequeña muestra de 6 individuos, durante el mes de abril de 2010 y el error muestral es de  $\pm 8,8\%$ , (para un nivel de confianza del 95,5% y bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple). Concretamente las entrevistas se realizaron en el Campus Universitario de Somosaguas de la Universidad Complutense de Madrid, en la Escuela Superior de Publicidad de Madrid, en zonas de ocio de los distritos Centro y Carabanchel y en estaciones de tren o trayectos de la línea C-3 de la red de Cercanías de Madrid. La selección de individuos, a los que se solicitaba colaborar de forma voluntaria en un estudio sobre jóvenes y consumo de tabaco, se realizó al azar.*

<sup>9</sup> *Para el resto de variables incluidas en el perfil muestral de los jóvenes encuestados, sexo, estudios, situación laboral-formativa y edad, se puede consultar el Anexo I.*



dimiento de recogida de datos y los puntos de muestreo en que se basan los estudios de los organismos señalados, (entrevistas realizadas en domicilios y centros educativos). El segundo hace referencia al potencial auto-posicionamiento o auto-enmarcamiento del joven en el marco de referencia representado por instituciones y organismos formales de carácter normativo<sup>10</sup>. Estos hechos podrían estar favoreciendo la tendencia de los jóvenes a ocultar su pauta de consumo precisamente porque, como se señala más adelante en este trabajo, conocen sobradamente los efectos negativos que para la salud tiene el consumo de tabaco y es bajo esta premisa que algunos podrían pensar que sus respuestas deben encuadrarse en el marco normativo de estas instituciones y organismos. Sobremanera ante estudios realizados a instancia de organismos públicos en lugares clave, el domicilio y el centro educativo, en el seno de los cuales las instituciones de la familia y la escuela ponen en marcha los mecanismos de socialización formal de los jóvenes. En el mismo sentido, cabe señalar que la recogida de datos de la encuesta sobre la que se basa este texto consideró de manera deliberada contextos espacio-temporales más distendidos y por ello más proclives al reconocimiento de la pauta de consumo, pero también al refuerzo de la presión de grupo: zonas no lectivas en centros educativos de educación superior, zonas de ocio y transportes públicos<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> El concepto marco de referencia alude a “un esquema interpretativo que condensa el ‘mundo exterior’ al clasificar y dotar de significado a los objetos, situaciones, acontecimientos, experiencias y acciones que se suceden en el entorno presente o pasado del individuo” (Goffman en Snow y Benford, 1992: 137).

<sup>11</sup> Se ha de destacar que, durante la presentación del cuestionario al potencial entrevistado, el estudio

## 2.3 Instrumentos de investigación

El cuestionario empleado está compuesto por 10 preguntas cerradas y contempla un total de 26 variables. Su administración se estructuró de forma tácita en tres partes:

- La primera de ellas trataba la variable pauta de consumo, una batería de variables relativas a las creencias y actitudes respecto al tabaco y una serie de medidas encaminadas a reducir su consumo.
- En la segunda parte, el cuestionario incluía una pregunta destinada a conocer la valoración general del entrevistado acerca de una campaña impulsada por la Comisión Europea por la cual, a partir de la primavera de 2011 en el caso español, se incluirán imágenes en los paquetes de tabaco advirtiéndolo sobre sus efectos nocivos para la salud. Posteriormente, el entrevistador mostraba durante al menos 30 segundos, en cartel aparte, algunas de las imágenes seleccionadas por el Ministerio de Sanidad y Consumo para evaluar el efecto que estas provocaban sobre el entrevistado. Los resultados de la explotación y el análisis de los datos obtenidos en este segundo bloque serán objeto de exposición en una próxima publicación a la que ya he hecho alusión anteriormente.
- El tercer bloque quedaba referido a preguntas de carácter sociodemográfico: edad, nivel de estudios, situación laboral-formativa y sexo.

no se presentaba bajo el auspicio de ningún organismo público relacionado con la salud, ni adscrito a instituciones o cargos académicos universitarios, sino como un trabajo académico particular e independiente.



Para llevar a cabo el tratamiento de los datos se ha recurrido a diferentes técnicas de análisis estadístico de carácter univariable, bivariable y multivariable, a saber: la exploración de frecuencias marginales y estadísticos, la tabla de contingencia, el contraste de medias, el análisis factorial y el análisis de correlación. Las aplicaciones informáticas empleadas para acometer la explotación de los datos han sido SPSS Statistics 17.0 y Xlstat-Pro 7.5.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis descriptivo de las creencias y actitudes de los jóvenes en relación al tabaco y la necesidad de establecer medidas para reducir su consumo

Atendiendo a la *percepción acerca de los efectos perjudiciales del consumo de tabaco y la necesidad de establecer medidas para reducir su consumo*, los resultados obtenidos indican que entre los jóvenes existe unanimidad sobre los efectos negativos que el consumo de tabaco provoca en la salud, motivo por el cual el 95% ( $n=123$ ) creen que es mejor dejarlo. Asimismo, 8 de cada 10 ( $n=104$ ) creen que fumar empeora el aspecto físico y la misma proporción ve con buenos ojos que existan medidas para reducir su consumo como consecuencia de sus efectos negativos para la salud. Sin embargo, estas medidas despiertan opiniones divergentes según su naturaleza *coercitivo-restrictiva o informativo-persuasiva*.

Si se examina la *opinión de los jóvenes en relación al consumo de tabaco como un hábito o práctica susceptible de realizarse en espacios públicos en los que interactúan diferentes indivi-*

*duos de un grupo social* existen medidas como la prohibición de fumar en bares y restaurantes que rompen con dicha unanimidad. Así por ejemplo, 4 de cada 10 ( $n=49$ ) recelan de que se prohíba fumar en restaurantes y más de 6 de cada 10 de que se haga en los bares ( $n=86$ ). En este sentido, el 65% ( $n=85$ ) cree que se trata de un derecho que no habría que limitar<sup>12</sup>.

En el ámbito de las medidas de naturaleza informativa o persuasiva cobra especial relevancia, por un lado, *la actitud de los jóvenes ante los mensajes que acerca del tabaco puedan recibir en forma de consejos o advertencias persuasivas impulsadas por las instituciones públicas y las autoridades sanitarias*. La gran mayoría, 9 de cada 10 jóvenes ( $n=119$ ), cree que las autoridades sanitarias deben advertir de las consecuencias negativas que sobre la salud tiene el consumo de tabaco. No obstante, si estas advertencias se materializan en forma de un mensaje impactante como "fumar mata" la proporción de jóvenes que ve con buenos ojos dicha práctica se reduce a 7 de cada 10 ( $n=89$ ). Por otro lado, también en el terreno de la persuasión, pero desde la posición de las empresas que comercializan el tabaco, cobra especial trascendencia *la aprobación de algunos jóvenes hacia las prácticas publicitarias por parte*

<sup>12</sup> Asimismo, es de destacar el porcentaje de jóvenes que nunca ha fumado y que está en contra de la prohibición de fumar en bares, el 35%  $n=7$  (41%  $n=7$  en el caso de ex-fumadores y 79%  $n=72$  en el de fumadores), y en restaurantes, el 30%  $n=6$  (18%  $n=3$  en el caso de ex-fumadores y 44%  $n=40$  en el de fumadores). También se observa una proporción considerable de jóvenes que nunca ha fumado y ex-fumadores que subscriben la creencia de que consumir tabaco es un derecho que no hay que limitar: el 45% de los que nunca ha fumado y el 53% de los ex-fumadores.



de las marcas de tabaco: es revelador que casi la mitad de los jóvenes, el 47,7% (n=62), no vería mal que estas realizaran anuncios publicitarios, una práctica prohibida por la Ley 28/2005. Este porcentaje de condescendientes se incrementa hasta el 53,5% (n=69) si se trata de promociones y regalos que las marcas de tabaco llevan a cabo como reclamo directo para la adquisición de sus productos. En ambos casos, en torno al 17% de los encuestados (n=23 y n=22 respectivamente) se posiciona de forma neutral. De este modo, tan solo cerca del 35% (n=45) se posiciona en contra de la realización de anuncios publicitarios y alrededor de un 30% (n=38) contra el lanzamiento de campañas promocionales.

En relación a los anuncios publicitarios y las promociones de las tabacaleras son de destacar las diferencias estadísticamente significativas que existen en relación a la percepción que sobre estas prácticas muestran los jóvenes según se trate de fumadores, ex-fumadores o jóvenes que nunca han fumado. Los datos obtenidos sobre estas acciones de carácter publicitario y comercial señalan que la mitad de los jóvenes fumadores, el 53,8% (n=49), vería con buenos ojos que se realizaran anuncios y más de la mitad, el 64% (n=58), que se realicen promociones y regalos. De este grupo, sólo 3 de cada 10 (n=27) están en contra de que las marcas hagan anuncios y en torno a 2 de cada 10 (n=17) con que lancen promociones (ver Tabla 1).

Tabla 1. Aceptación de anuncios publicitarios/promociones y consumo de tabaco (en porcentajes)

Nivel de aceptación: anuncios publicitarios (chi-square = 10,23 *)	Pauta de consumo		
	Fumadores	Ex-fumadores	No fumadores
En desacuerdo	29,7	52,9	40,0
Indiferente	16,5	5,9	35,0
De acuerdo	53,8	41,2	25,0
Total	100	100	100
(N)	(91)	(17)	(20)
Nivel de aceptación: promociones y regalos (chi-square = 19,43 **)	Fumadores	Ex-fumadores	No fumadores
En desacuerdo	18,7	47,1	63,2
Indiferente	17,6	17,6	15,8
De acuerdo	63,7	35,3	21,10
Total	100	100	100
(N)	(91)	(17)	(19)

\*\* (p<0,01); \* (p<0,05); - (p>0,05, no signif.)



Asimismo, destaca en primer lugar la polarización de los ex-fumadores en relación a la aceptación de los anuncios publicitarios. En segundo lugar, el porcentaje de indiferentes con respecto a la realización de anuncios publicitarios entre los no fumadores, y tercero, la postura firme por parte de este grupo que nunca ha fumado contra las promociones.

### 3.2. Dimensiones empíricas de las creencias y actitudes de los jóvenes en relación al tabaco

Para obtener las dimensiones que subyacen a las actitudes y creencias de los jóvenes acerca del tabaco y la necesidad de establecer medidas que lo regulen se ha recurrido a la aplicación del análisis factorial sobre 17 ítems valorados por los entrevistados en una escala de 1 a 5, en la que 1 significa "Muy en desacuerdo" y 5 "Muy de acuerdo". Las puntuaciones medias obtenidas permiten observar el grado de identificación de los jóvenes con cada una de las afirmaciones que se proponían en el cuestionario. Los mayores niveles de identificación se registran en las afirmaciones: es mejor dejar de fumar porque es perjudicial para la salud (4,5), los fumadores deben respetar a los no fumadores (4,48), las autoridades sanitarias deben advertir de sus efectos nocivos (4,26), los jóvenes comienzan a fumar por la influencia de "personas cercanas" (4,16) y fumar empeora el aspecto físico de los fumadores (4,02). Por el contrario, aquellas afirmaciones que presentan puntuaciones más bajas y un menor nivel de identificación son: en los últimos tiempos los jóvenes fuman menos (2,56), me parece bien que se prohíba fumar en los bares (2,48) y los efectos perjudiciales del tabaco se exageran (2,2).

La aplicación de esta técnica estadística a los 17 ítems ha permitido la extracción de tres factores que explican un 43,78% de la varianza. El método de extracción ha sido el de componentes principales y la rotación Varimax (ver Tabla 2). Adicionalmente, el análisis resulta significativo,  $p < 0,001$ , (prueba de esfericidad de Bartlett), con un ajuste muestral de 0,705 (Kaiser-Meyer-Olkin).

## 4. DISCUSIÓN

En primera instancia, los resultados obtenidos parecen indicar que existe una divergencia entre, por un lado, la alta aceptación del establecimiento de medidas de prohibición del consumo si los jóvenes lo enmarcan como un fenómeno relacionado con el cuidado de la salud y, por otro lado, su prohibición si el consumo de tabaco es enmarcado como un derecho que los jóvenes ejercen en lugares de ocio. En particular, destaca cómo la creencia de los jóvenes de que fumar es un derecho que tiene la gente que no hay porqué limitar correlaciona negativamente con las posiciones favorables hacia la prohibición de fumar en bares ( $r = -0,418$   $p < 0,001$ ) y restaurantes ( $r = -0,369$   $p < 0,001$ ), mientras que la creencia de que fumar es perjudicial y de que tienen que darse medidas para reducir su consumo presenta correlaciones positivas ( $r = 0,344$   $p < 0,001$  para el caso de restaurantes y  $r = 0,343$   $p < 0,001$  para el de bares).

Un derecho que, se puede interpretar, los jóvenes asocian con el ocio que tiene lugar en espacios en los que la interacción social es también un aspecto relevante en relación



Tabla 2. Dimensiones de las creencias y actitudes de los jóvenes en relación al consumo de tabaco (Análisis factorial de componentes principales)

Items incluidos en el análisis factorial (KMO = 0,705 & Bartlett's Test - approx. chi-square = 485,65 **)	(Factor 1) Dimensión Pro-regulación del consumo	(Factor 2) Dimen- sión Persuasivo- Informativa	(Factor 3) Dimen- sión Pro-tabaco consciente
fumar es perjudicial y tiene que haber medidas para reducir su consumo	0,743		
me parece bien que se prohíba fumar en los bares	0,687		
me parece bien que las marcas de tabaco hagan promociones y regalos	-0,657		
me parece bien que se prohíba fumar en los restaurantes	0,599		
me parece bien que las marcas de tabaco hagan anuncios publicitarios	-0,574		
los jóvenes fuman para sentirse a gusto con su grupo de amigos	0,527		
fumar empeora el aspecto físico de los fumadores		0,71	
me parece bien que las cajetillas incluyan mensajes como "fumar mata"		0,685	
las autoridades sanitarias deben advertir de sus efectos nocivos		0,683	
los efectos perjudiciales del tabaco se exageran		-0,547	0,339
los fumadores deben respetar a los no fumadores		0,517	
es mejor dejar de fumar porque es perjudicial para la salud		0,487	0,406
existe mucha presión social contra los fumadores		-0,465	
los jóvenes comienzan a fumar por la influencia de "personas cercanas"		0,425	
en los últimos tiempos los jóvenes fuman menos			-0,546
los jóvenes cambian sus hábitos a la hora de fumar si los precios suben			0,538
fumar es un derecho que tiene la gente y no hay por qué limitarlo	-0,442		0,53
Varianza explicada por cada factor (porcentaje)	25,3	10,3	8,2
Varianza acumulada (porcentaje)	25,3	35,6	43,8

\*\* ( $p < 0,01$ ); \* ( $p < 0,05$ ); - ( $p > 0,05$ , no signif.)



al consumo de tabaco. Los datos obtenidos permiten señalar que el 87% ( $n=112$ ) opina que los jóvenes se inician en el consumo de tabaco por la influencia de personas cercanas. Adicionalmente, una vez iniciados en dicho hábito, 6 de cada 10 ( $n=79$ ) están de acuerdo con la afirmación de que los jóvenes fuman para sentirse a gusto con su grupo de amigos. Aspectos, ambos, que correlacionan positivamente ( $r=0,335$   $p<0,001$ ). Estos datos ponen de manifiesto la importancia que la potencial influencia de los grupos sociales primarios tiene sobre los jóvenes en relación al consumo de tabaco<sup>13</sup>. No obstante, cabe señalar que cerca del 95% de los jóvenes piensa que los fumadores deben respetar a los no fumadores.

En segunda instancia, los resultados ilustran tres grandes dimensiones en lo que a creencias y actitudes de los jóvenes se refiere si se atiende a los factores obtenidos mediante el análisis de datos. El primer factor, que se puede definir como la "Dimensión Pro-regulación del consumo" es resultado de la saturación de las variables que recogen aquellas creencias y actitudes que apuntan hacia la idea de que el consumo de tabaco debe ser regulado puesto que es perjudicial para la salud (Tabla 2, Factor 1). El segundo aglutina las variables que conforman una visión acerca del tabaco que reconoce los graves efectos que su consumo tiene sobre la salud pero que aboga por medidas de corte más preventivo que persuadan a la población para que no consuman tabaco. Este factor se puede delimitar bajo el epígrafe

13 Para un tratamiento más exhaustivo sobre la influencia que ejercen familiares y amigos sobre los jóvenes en el inicio del consumo de tabaco pueden verse los trabajos de Font-Mayolas y Planes (2000) y Ariza y Nebot (2002 y 2004).

"Dimensión Persuasivo-Informativa" (Tabla 2, Factor 2). El tercer factor o "Dimensión Pro-tabaco consciente" es resultado de la saturación de las variables que ponen el acento en el consumo de tabaco entendido como un derecho. En este sentido, aun a sabiendas, (se es consciente), de que fumar es perjudicial, los jóvenes se adaptan a la nueva situación, derivada de un nuevo marco legal, para continuar con su hábito, persistiendo la creencia de que sus efectos perjudiciales en modo alguno se exageran (Tabla 2, Factor 3).

Aún más, identificadas estas dimensiones, podemos verificar la existencia o no de diferencias en cada una de ellas en función del sexo y el hábito de consumo. Para ello, se han tomado como base las puntuaciones factoriales obtenidas en los tres factores y sobre estas se ha aplicado la prueba *t de Student* en las variables pauta de consumo y sexo (ver Tabla 3).

Los resultados obtenidos arrojan diferencias significativas entre las medias de cada una de las dimensiones en función de la pauta de consumo. Mientras que, por un lado, las creencias y actitudes "pro-regulación del tabaco" o proclives a introducir medidas de índole "persuasivo-informativa" se asocian en mayor grado a los no fumadores ( $\bar{x}=0,66$   $p<0,001$  y  $\bar{x}=0,32$   $p<0,05$ ), por otro lado, son significativamente más bajas entre los jóvenes fumadores ( $\bar{x}=-0,28$   $p<0,001$  y  $\bar{x}=-0,13$   $p<0,05$ ). Si bien, en la segunda de las dimensiones esta tendencia se manifiesta en menor grado. Por el contrario, en la dimensión de las creencias y actitudes denominada "pro-tabaco consciente", la tendencia se invierte y son los fumadores los que registran puntuaciones medias más altas ( $\bar{x}=0,12$   $p<0,05$ ) frente a los no fumadores



**Tabla 3.** Prueba t de Student para contraste de medias. Dimensiones de las creencias y actitudes de los jóvenes en relación a la pauta de consumo y el sexo

	Dimensión Pro-regulación del consumo	Dimensión Persuasivo- Informativa	Dimensión Pro-tabaco consciente
	T Sig.	T Sig.	T Sig.
Pauta de consumo	-4,268 (**)	-2,135 (*)	2,003 (*)
Sexo	-1,983 (*)	(-)	(-)

\*\* ( $p < 0,01$ ); \* ( $p < 0,05$ ); - ( $p > 0,05$ , no signif.)

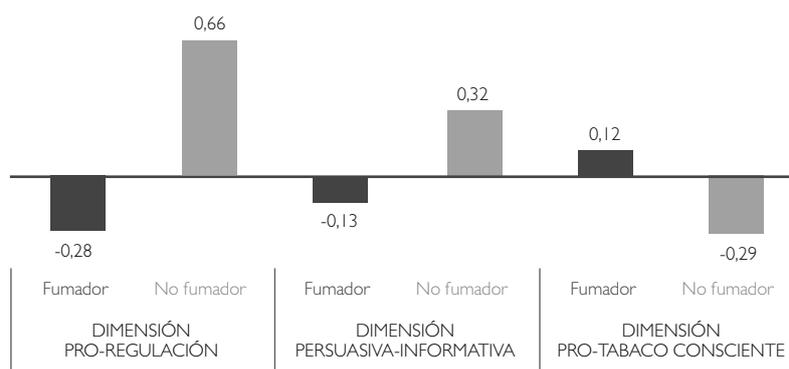
que presentan puntuaciones significativamente más bajas ( $\bar{x} = -0,29$   $p < 0,05$ ) (ver Gráfico 1).

Asimismo, la dimensión de las creencias y actitudes más favorable a la regulación del consumo de tabaco presenta un valor medio significativamente más elevado ( $p < 0,05$ ) entre

las mujeres jóvenes ( $\bar{x} = 0,17$ ) que entre los hombres jóvenes ( $\bar{x} = -0,20$ ) (ver Gráfico 2).

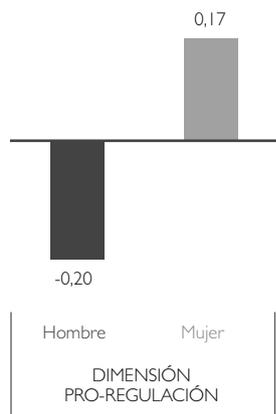
Estas diferencias nos informan sobre la relación que en particular tienen la pauta de consumo y el sexo sobre el posicionamiento de los jóvenes en relación a las medidas enca-

**Gráfico 1.** Diferencias entre fumadores y no fumadores en las dimensiones de las creencias y actitudes (puntuaciones factoriales con  $\bar{x} = 0$  y  $s = 1$ )





**Gráfico 2.** Diferencias entre hombres y mujeres en la dimensión de las creencias y actitudes favorable a la regulación del consumo (puntuaciones factoriales con  $\bar{x} = 0$  y  $s = 1$ )



minadas a regular el consumo de tabaco. No obstante, entre las numerosas medidas incluidas en el actual marco normativo, la inclusión de imágenes en los paquetes de tabaco que ha de tener lugar durante la primavera de 2011 cobra especial relevancia. En particular sería de interés conocer cómo valoran los jóvenes esta medida y cuál es el impacto real que provocan las imágenes, de cara a examinar la relación que se produce entre las dimensiones de las creencias y actitudes en relación al tabaco, por un lado, y la valoración e impacto de las imágenes, por otro. Estos aspectos son abordados en un próximo artículo que será publicado con el objetivo de arrojar luz a la controversia que la aparición de estas imágenes provocará, con toda seguridad, entre la población española, en general, y los jóvenes en particular.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ariza, C. y Nebot, M. (2002). Predictores de la iniciación al consumo de tabaco en escolares de enseñanza secundaria de Barcelona y Lleida. *Revista Española de Salud Pública*, 76, (3), 227-238.

Ariza, C. y Nebot, M. (2004). La prevención del tabaquismo en los jóvenes: realidades y retos para el futuro. *Adicciones: Revista de Sociodrogalcohol*, 16, (2), 359-378.

Calleja, N. y Aguilar, J. (2008). Por qué fuman los adolescentes: un modelo estructural de la intención de fumar. *Adicciones: Revista de Sociodrogalcohol*, 20, (4), 387-394.



- Centro de Investigaciones Sociológicas (2005). *Tabaquismo y nueva normativa anti-tabaco*. Estudio 2627, Madrid.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2006). *Tabaquismo y nueva normativa anti-tabaco*. Estudio 2665, Madrid.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2008). *Hábitos relacionados con el tabaco*. Estudio 2751, Madrid.
- Font-Mayolas, S. y Planes, M. (2000). Efectos del modelado por parte de familia, pareja y amigos en la conducta de fumar de jóvenes universitarios. *Adicciones: Revista de Sociodrogalcohol*, 12, (4), 467-477.
- INE - Ministerio de Sanidad y Consumo (2006). *Encuesta Nacional de Salud de España*, ENS, 2006.
- Jiménez, M. L. (2008). Una profecía que se cumple a sí misma: tras los mitos del consumo femenino adolescente de cigarrillos. *LiberAddictus*, nº 101, marzo-abril, 11-16.
- Martín, V.; Fernández, F.; Ordóñez, C.; Molina, A.J.; Fernández, E. y De Luis, J.M. (2008). Valoración con tres métodos diferentes de la prevalencia de consumo de tabaco en estudiantes de primer curso de Ciencias de la Salud de la Universidad de León en 2006. *Revista Española de Salud Pública*, 82, (2), 221-229.
- Mendoza, R.; López, P. y Sagrera, M.R. (2007). Diferencias de género en la evolución del tabaquismo adolescente en España (1986-2002). *Adicciones: Revista de Sociodrogalcohol*, 19, (3), 273-288.
- Mendoza, R. y López, P. (2007). El consumo de tabaco en el alumnado español pre-adolescente y adolescente: diferencias de género. *Adicciones: Revista de Sociodrogalcohol*, 19, (4), 341-356.
- Organización Mundial de la Salud (2009). *Informe OMS sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2009 - Resumen*. Crear ambientes libres de humo. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Plan Nacional Sobre Drogas (2007). *Encuesta Domiciliaria sobre Alcohol y Drogas en España*. EDADES, 2007.
- Plan Nacional Sobre Drogas (2008). *Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias*. ESTUDES, 2008.
- Sarría-Santamera, A.; Cortés Blanco, M. y Elder, J. (2001). Análisis de la campaña publicitaria de la marca de tabaco Fortuna durante el bienio 1999-2000. *Revista Española de Salud Pública*, 75, (2), 107-114.
- Snow, D. and Benford, R. (1992). Master Frames and Cycles of Protest. In *The Frontiers in Social Movement Theory*, edited by Aldon Morris and Carol Mueller, London: Yale University Press.
- Saltó, E.; Villalbí, J.R.; Valverde, A.; Varanda, L. y Plasencia, A. (2006). Políticas reguladoras y opinión pública: el caso del tabaco. *Revista Española de Salud Pública*, 80, (3), 243-248.
- Vázquez, F. L. y Becoña, E. (1999). Estrategias para los profesionales de la salud para prevenir el inicio del consumo del tabaco. *Psiquis: Revista de psiquiatría, psicología médica y psicósomática*, 20, (5), 17-29.



Anexo I.

**Sexo (porcentajes)**

Hombre	51,6
Mujer	48,4
	<b>100</b>

**Estudios -terminados- (porcentajes)**

Primarios incompletos	1,6
Primarios o Secundarios	70,1
Universitarios	22,8
Postgrado o especialización	5,5
	<b>100</b>

**Situación laboral-formativa (porcentajes)**

Solo estudia	49,6
Solo trabaja	26,4
Estudia y trabaja	17,8
En paro	5,4
Otras	0,8
	<b>100</b>

**Pauta de consumo (porcentajes)**

Fumador habitual	60,2
Fumador ocasional	10,9
Ex-fumador	13,3
Nunca ha fumado	15,6
	<b>100</b>

**Edad (estadísticos)**

Mínimo	18
Máximo	29
Media	23,09
Mediana	23
Desviación típica	3,18
Primer cuartil	21
Tercer cuartil	25

**(N)**

**(130)**