

Creencias y convencionalismos relacionados con el consumo de tabaco en preadolescentes

Manuel A. Sanabria Carretero y Carlos Villanueva Gradín

Psicólogos..

Resumen

Con el fin de conocer las características del alumnado de 11-14 años (1º-2º ESO) participante en un Programa de Prevención de Drogodependencias y con el fin de ajustar las propuestas preventivas a las necesidades de los alumnos, se seleccionó una muestra de 5.066 escolares de ambos sexos participantes en dicho programa. Los sujetos fueron valorados en el área de consumo, en la intención de consumir, en algunas creencias y convicciones respecto al consumo.

Los resultados indican que si bien son los varones preadolescentes los que se inician antes y consumen más que las mujeres, sin embargo en creencias relacionadas con el consumo las diferencias, en función del sexo, tienden a disminuir y a equipararse. Este hecho quizás puede hacer más comprensible la progresiva intensificación del consumo que van a experimentar más tarde las mujeres adolescentes.

Además, el consumo guarda estrecha relación con el grado de satisfacción que el alumno muestra respecto a su apariencia física, ya que el consumo es mayor cuanto más insatisfacción se tiene con dicha apariencia, de manera que consumir parece ser una medida tendente a compensar dicha insatisfacción.

Entre las variables cognitivas que mejor predicen el consumo de tabaco está la intención de fumar, el consumo de alcohol, la convicción de ser en el futuro un fumador y no dar valor al hecho de rechazar pitillos. En su conjunto, estas variables llegan a explicar el 40% de la varianza.

Palabras Clave

Consumo de tabaco, creencias, convicciones, preadolescentes, variables predictoras, consumo de alcohol.

Correspondencia a:

Carlos Villanueva Gradín. Estinga Servicios Sociales, S.L. Avda. del Camino Francés. 4º - 1º A.
Tel. 981 57 71 42 - Fax. 981 57 56 03 Email: nga.com - cinesino@estinga.com



Summary

With the aim of getting to know the characteristics of the 11-14 year olds (1°-2° ESO) that took part in a Drug Addiction Prevention Programme and of adjusting the preventive proposals to the needs of those students, a sample of 5066 schoolchildren of both sexes was selected to participate in the aforementioned programme. The subjects were valued in the areas of consumption, whether they intended to consume or not, in some beliefs and their convictions with respect to consumption.

The results indicate that although preadolescents males start smoking before and consume more than their female counterparts, in beliefs related to consumption, the differences, as far as sex is concerned, tend to decrease and be on a par. Perhaps this fact makes the progressive intensification in consumption that adolescent females experience later on more understandable.

Furthermore, tobacco consumption bears a close relation to the degree of satisfaction the student has towards his/her physical appearance, as consumption is greater the more dissatisfaction is felt towards said appearance. Consumption, therefore, seems to be a measure designed to compensate the aforementioned dissatisfaction.

Amongst the cognitive variables that best predict tobacco consumption are the intention to start smoking, alcohol consumption, the conviction that one will be a smoker in the future and not attaching any importance to the action of refusing a cigarette. Overall, these variables come to explain 40% of the variance.

Key words

Tobacco consumption, beliefs, convictions, preadolescents, predicting variables, alcohol consumption.

Résumé

A fin de connaître les caractéristiques des élèves de 11 à 14 ans (1°-2° ESO) qui participaient à un Programme de Prévention de la Drogue-dépendance et à fin de donner des réponses préventives les plus valables possible aux besoins de ces jeunes, on a fait un étude avec 5.066 élèves des deux sexes. Les jeunes ont été évalués par rapport au domaine de la consommation, à l'intention de consommer, aux croyances et aux points de vues sur la consommation.

Les résultats de l'étude démontrent que les jeunes garçons commencent à consommer avant que les filles, même ils consomment plus qu'elles, néanmoins en ce qui concerne à l'intention de consommer, il n'y a pas de différence entre les deux sexes. Peut être



cette caractéristique explique l'accroissement de la consommation qui arrivera plus tarde chez les jeunes filles.

En plus, entre la consommation et le degré de satisfaction du propre physique on trouve une relation très étroite, car selon l'étude on pourrait arriver à penser que la consommation joue un rôle d'équilibre avec l'insatisfaction personnelle.

De toute façons, la conviction de devenir à l'avenir un fumeur, c'est la caractéristique qui mieux prédispose le jeune à ne pas refuser une cigarette et définitivement à tomber dans la consommation du tabac et de l'alcool. Dans l'ensemble, tout ça représente le 40% des cas.

Most Clé

Consommation du tabac, croyances, convictions, preadolescents, variables predicteurs, consommation de l'alcool.

REALIZACIÓN DEL TRABAJO

El trabajo de campo se ha llevado a cabo en los Colegios e Institutos implicados en el Programa de Prevención en Drogodependencias CINENSINO. Hemos incluido muestras de la totalidad de los Ayuntamientos cuyos Centros Educativos participaban en el Programa. Se hizo una distribución proporcional de alumnos correspondientes a cada uno de los 50 ayuntamientos con centros participantes, seleccionando al azar los centros por cada ayuntamiento hasta completar el número de alumnos requerido.

El diseño, tratamiento estadístico, análisis de resultados y redacción del presente trabajo ha sido realizado en el Departamento de Investigación y Desarrollo de Programas de ESTINGA, S.L.

Nota: El Programa de Prevención en Drogodependencias CINENSINO se viene impartiendo en Galicia desde hace más de 3 años y está subvencionado por el Comisionado del Plan de Galicia sobre Drogas y Ayuntamientos.

I. INTRODUCCIÓN

El consumo de sustancias, a parte de constituir un problema en sí, es también con cierta frecuencia una equivocada solución a otro problema anterior que se intenta solventar a través de la droga. Por razones evolutivas la adolescencia es una etapa de transición muy importante, los adolescentes desean tener una determinada imagen que no se corresponde a la real por estar en proceso de consolidación, de suerte que la apariencia física, el peso, la talla, manera de ser y comportarse constituyen materia de preocupación y ensayo. De ahí que asumir nuevas conductas y estilos es una manera de acallar el desasosiego interior; para empezar a sentirse más a gusto con uno mismo y con los demás. No cabe duda que ciertas modas como tatuajes, piercings, vestir o calzar determinadas marcas y, como no, el consumo de sustancias, suelen cumplir funciones de este tipo, siendo más comprensibles al relacionarlas con la imagen que los adolescentes quieren mostrar de sí mismos.



Para entender estas motivaciones hay que hacer auténtica arqueología de las convicciones que tienen los adolescentes, llegando a identificar una serie de creencias, a veces muy simples, pero con repercusiones importantes en el área del comportamiento y, más concretamente, en la del consumo (Marina, 2001).

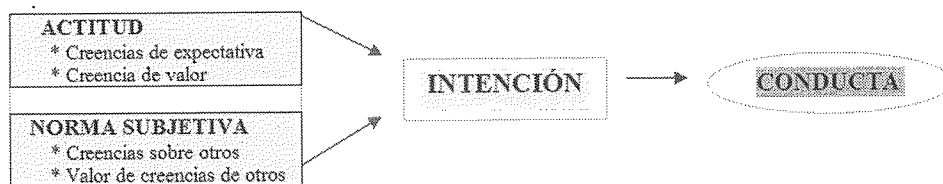
En el inicio del consumo de tabaco y alcohol están presentes una serie de procesos cognitivos, es en la preadolescencia cuando se ponen en marcha muchos de esos procesos, en función de ellos el individuo toma decisiones, maneja la información con un determinado estilo y se comporta de una determinada manera. Así visto no parece haber ningún problema, la cuestión está en que durante la adolescencia surgen nuevos intereses y necesidades que obligan al adolescente a reenfoque su inteligencia en función de esos nuevos puntos de interés. A grandes rasgos está volcado en la consecución de la autonomía personal y en afianzarse para sí un estilo original e irrepetible. Su pensamiento, creencias y convicciones van a estar al servicio de esta causa, lo que le llevará a tomar decisiones encaminadas a poner en marcha actitudes y conductas que contribuyan de una u otra manera a forjar esa imagen que desea para sí.

Nuestro propósito se encamina a explorar algunas de esas posibles convicciones que sostienen los preadolescentes relacionadas con el consumo de tabaco, valorando su peso e influencia con la pretensión de ajustar las propuestas preventivas a las "necesidades cognitivas" de los adolescentes, lo que redundará en mejorar la eficacia de los programas preventivos (Gil, López y Moreno, 2001).

Aunque son muchos los trabajos que hablan de la importancia de las variables de

carácter cognitivo como las creencias, convicciones, expectativas, actitudes, etc. y se publican estudios en los que se valora su peso y utilidad en materia de prevención (Páez, San Juan, Romo y Vergara, 1991; Páez, Ubillos, Pizarro y León, 1994; Feldman, Harvey, Holowaty y Shortt, 1999; Zupira, 1999; Luengo, Otero, Mirón y Romero, 2000; Burt, Dinh, Peterson, Sarason, 2000; Gil, López y Moreno, 2001; Gil y Ballester, 2002). Nosotros, en el presente estudio, hemos asumido los supuestos teóricos del Modelo de la Acción Razonada de Fishbein y Ajzen (1980), ya que algunos de los ámbitos que componen este modelo parecen encajar perfectamente con la labor educativo-preventiva que se suele desarrollar en los centros educativos y en la que tienen especial importancia las creencias, valores y actitudes que allí se perciben.

En este modelo el sujeto es considerado como un activo tomador de decisiones, su comportamiento estará en función de las expectativas, de las opiniones de los demás y de la motivación que esa opinión es capaz de generar en el propio sujeto. El hecho de que el modelo tenga en cuenta la opinión de otros ante la propia conducta, recoge de alguna manera la influencia del contexto social en el que se desenvuelve. Es interesante integrar estos aspectos dentro de un modelo teórico, ya que los adolescentes, por razones evolutivas, son especialmente sensibles y pre-dispuestos a comportarse como sus iguales esperan de ellos. De ahí que las creencias, reflejadas en patrones conductuales que conforman la idiosincrasia de las pandillas, pueden considerarse variables de carácter preventivo o de riesgo según sea su orientación. En el esquema que sigue exponemos los principales componentes del modelo y sus relaciones.



En revisiones meta-analíticas basadas en más de 85 estudios que utilizaron los principios de este modelo, se encontró que la correlación entre la actitud y la norma subjetiva respecto a la conducta era significativa con una media de 0,66 (Sheppard, Hartwick y Warshaw, 1988). Hay también otros estudios en los que se indica que el modelo tiende a predecir mejor la conducta preventiva con adolescentes, en concreto el consumo de sustancias (Di Clemente, 1992; Becoña, 1999).

Dado que las creencias parecen constituir representaciones sociales, al menos en la medida que el sujeto las percibe de los demás y las asimila como propias (norma subjetiva) para constituir una parte considerable de las propias creencias del sujeto (Páez, San Juan, Romo y Vergara, 1991). Buena parte de las creencias y convicciones sobre las que nos vamos a centrar en nuestro estudio tienen esa característica de representatividad social, en la medida que son atribuidas a otros y centradas en ventajas e inconvenientes del consumo.

Además, las creencias por ese componente de representación social, parece que el individuo tiende a evitar la disonancia cognitiva respecto al medio social en el que se desenvuelve. Es decir, los adolescentes perciben y asumen las creencias de los demás ajustando sus comportamientos a ellas para evi-

tar esa disonancia; lo contrario, es decir no hacerlo, implicaría desajustes (disonancias) por falta de sintonía con los suyos ("bicho raro") y problemas de integración, cuestión a la que son muy sensibles los adolescentes. Las creencias de los demás y su asunción son importantes elementos constructores de la sintonía que se aprecia en las pandillas de jóvenes. Conocer ese imaginario social que subyace en las pandillas es de gran interés en materia de prevención.

2. OBJETIVOS

Es importante tratar de averiguar cuáles son algunos de los factores que influyen en los escolares a la hora de decidirse a fumar o beber. Resulta fundamental disponer de información de cara a ajustar los materiales preventivos que se les ofrecen a sus características y necesidades.

Así pues, algunos de los objetivos del presente estudio se centran en:

1. Aportar datos acerca de la incidencia del consumo de tabaco y alcohol entre los escolares del Primer ciclo de la ESO (11-14 años).
2. Tratar de clarificar y determinar la importancia que tienen para los preadolescentes ciertas creencias, valores, convicciones y su relación con el consumo de tabaco.



3. Identificar y situar algunas de las creencias de los preadolescentes sobre las que se puedan apoyar y estructurar actividades de carácter preventivo.

3. MÉTODO

Los sujetos que forman parte de la presente investigación son alumnos de 1º y 2º de ESO participantes en un programa de prevención escolar denominado CINENSINO, porque utiliza el cine como punto de arranque para trabajar una serie de temas centrados en la prevención del consumo de drogas. A tal fin, cada una de las 3 Unidades Didácticas de las que consta el Programa lleva un Manual para el profesor y un Cuaderno del alumno. En el Cuaderno de la 3ª Unidad Didáctica se incluyeron los ítems sobre los que basamos el presente estudio, dicho material una vez trabajado por los escolares fue remitido a los responsables del Programa.

1. ¿QUÉ PELÍCULAS SE PROYECTAN?

El Programa de Prevención en Drogodependencias CINENSINO se imparte en un curso escolar; consta de 3 Unidades Didácticas y a cada una de esas Unidades se asocia una película, concretamente durante el curso escolar 2001-2002, al que corresponden los datos del estudio las películas proyectadas fueron las siguientes:

- The Kid (El chico) de Jon Turteltaub. EE.UU, 2000
- Pídele cuentas al rey de José Antonio Quirós. España, 1999
- El sueño de Jimmy Grimble de John Hay, Rik Carmichael, Gran Bretaña, 2001.

2. MOTIVO POR EL QUE SE ELIGEN LAS PELÍCULAS

Las películas que se seleccionan para el Programa de prevención deben reunir una serie de requisitos. Entre esos requisitos están:

- a) Han de ser películas para menores de 14 años, ya que la mayoría de los alumnos no sobrepasa esa edad.
- b) De duración entorno a los 95 minutos. A más duración decae la atención de los alumnos y se crean muchos problemas de ajuste al horario escolar; transportes, etc.
- c) Las películas han de ser muy recientes y actuales. Si la película ya ha sido vista existen bastantes prejuicios que pueden hacerla incompatible con los intereses del Programa de Prevención.
- d) Las películas han de tener un argumento ameno y de cierto interés para los adolescentes. Se pretende que la película guste, ello facilita la extrapolación de imágenes y contenidos al terreno de la prevención.
- e) Las películas deben tener imágenes, diálogos, situaciones, argumentos, etc. que de manera directa o indirecta nos permitan relacionarla con el factor de riesgo-protección que trata la Unidad Didáctica con la que se asocia.

3. METODOLOGÍA DE LOS PROFESORES CON LOS ALUMNOS

El profesor encargado por su centro de impartir el Programa de Prevención se le oferta un Curso de Formación en Drogodependencias así como ciertos contenidos y estrategias específicos para ese curso escolar y en función de los factores de riesgo-protección que se abordan ese año. El curso se imparte por internet y cuenta con la homologación del Plan Autonómico de Drogodependencias de la Xunta de Galicia.



Los diferentes items que conforman el cuestionario fueron integrados en distintas partes del Cuaderno del Alumno de modo que también sirvieran para reflexionar y debatir acerca del consumo y sus motivaciones.

BATERÍA DE ITEMS

v2. Sexo varón mujer

v3. Curso 1º ESO 2º ESO

v7. ¿Has fumado alguna vez? Sí No

v8. ¿Cuántos cigarrillo has fumado en el último mes? /...../

v9. ¿Y cuántos has fumado la última semana? /...../

v10. Cuántas veces te hubiera gustado fumar, aunque de hecho no lo hicieras, en las últimas dos semanas: Ninguna Alguna Varias Bastantes Muchas

v11. Con frecuencia estoy convencido de que acabaré siendo fumador:

Muy en desacuerdo En desacuerdo Indiferente De acuerdo Muy de acuerdo

v12. ¿Has probado algún tipo de bebida alcohólica alguna vez? Sí No

En el último mes, ¿qué tipo de bebida alcohólica consumiste? (marca con una X en la casilla que corresponda)					
Tipo de bebida	Ninguna	Alguna vez	En fin de semana	Todos los días	Más de una vez al día
v13. Cerveza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v14. Vino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v15. Combinados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v16. "Chupitos"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v17. Otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anota la importancia que tienen para ti cada una de estas opiniones, para ello ten en cuenta el siguiente criterio: **0: nada importante; 1: algo; 2: bastante; 3: muy importante**

v18. ... los adolescentes tienden a evaluar a sus compañeros que fuman como algo conflictivos, pasados de moda y menos atractivos.	0	1	2	3
v19. ... es más agradable besar a un chico/a que no fuma.	0	1	2	3
v20. ... tu propia valía personal aumenta cada vez que consigues no fumar un cigarrillo cuando te lo ofrecen.	0	1	2	3
v21. ... es más deseable para salir con él un chico/a que no fume.	0	1	2	3
v22. ... la gente tiende a considerar a los que fuman como más nerviosos y "agresivos".	0	1	2	3
v23. ... la gente considera al que no fuma más inteligente y "sofisticado" que al que fuma.	0	1	2	3
v24. ... la gente tiende, cada vez más, a ver a los jóvenes que no fuman como más maduros.	0	1	2	3



El profesor responsable del Programa ha de acompañar a los alumnos al visionado de las películas. Al finalizar las mismas se les hace entrega del Cuaderno o Manual del Profesor; con las instrucciones, recomendaciones y sugerencias a seguir en las diferentes actividades propuestas. Así, cada actividad consta de una introducción en la que figura una Explicación de la actividad a realizar, unos Objetivos a lograr con la misma y unas Orientaciones didácticas para su aplicación.

El trabajo del profesor se desarrolla en el aula, muchas veces en horas de tutoría, ha de motivar a los alumnos explicando las actividades, animando a la reflexión y al diálogo, aclarando dudas y preguntas, coordinando la puesta en común y concretando conclusio-

nes aportadas por los alumnos. Para ello, la propia estructura de las actividades se centra, en primer lugar, en un trabajo personal del alumno, para pasar, en segundo lugar, a un trabajo en pequeños grupos que concluye con una puesta en común con toda el aula.

3.1. MUESTRA

Con el fin de que la muestra fuera muy representativa del alumnado participante se seleccionaron 5.066 escolares de los 14.445 totales implicados en el Programa correspondiente a los diferentes Centros Educativos de la Comunidad Autónoma de Galicia inscritos en el programa durante el curso 2001-2002. La selección de los centros se hacía teniendo

Porcentaje de respuestas afirmativas a los distintos ítems (algo de acuerdo o algo importante a muy de acuerdo o muy importante)

ITEM	CURSO - EDAD		SEXO		FUMAR ALGUNA VEZ	
	1º ESO	2º ESO	Varón	Mujer	Si	No
Satisfacción con la apariencia física	46	34	44	33	34	38
Emplear trucos para tapar defectos	41	45	40	47	54	41
Fumar o beber para aparentar más	78	78	76	80	70	80
Fumar o beber para ser más sofisticados	11	10	13	9	10	10
Fumar o beber para tapar complejos	11	12	11	11	20	10
Los que fuman son conflictivos y pasados de moda	73	74	75	72	65	75
Es más agradable besar a un chico/a que no fuma	78	77	81	74	74	79
Rechazar un pitillo aumenta la valía personal	92	90	90	92	87	92
Es más deseable salir con un chico/a que no fuma	81	80	82	80	70	83
Los que fuman son más nerviosos y agresivos	87	86	85	87	78	88
El que no fuma es más inteligente y sofisticado	79	80	80	80	74	81
Los que no fuman son más maduros	83	83	82	84	74	85
Fumar para aparentar ser adulto es un error	87	87	86	90	81	89
Fumar entorpece otros ligues interesantes	63	64	61	66	56	66
Intención de fumar	8	13	12	10	39	4
Convencimiento de ser en el futuro un fumador	7	8	8	8	23	4
Fumadores mensuales	4	7	8	4	26	0.1
Fumadores semanales	2	6	6	3	21	0.1
Consumidores de alcohol mensuales	38	44	49	37	72	36



en cuenta los Ayuntamientos, de manera que estuvieran representados los 50 municipios cuyos centros estaban inscritos en el Programa, lo cual supone un nivel de confianza del 99,7% para una distribución de $p/q = 50/50$.

Una vez determinada la amplitud de la muestra, se hizo una distribución proporcional por Ayuntamientos teniendo en cuenta el número de alumnos inscritos en el Programa, seleccionándose al azar las aulas a incluir hasta completar el número total de alumnos requerido por esa demarcación.

En cuanto a las características demográficas de la muestra, la mayoría de los alumnos están cursando 2º de ESO (13-14 años), concretamente un 67,8%, siendo los que cursan 1º de ESO (11-12 años) un porcentaje inferior, concretamente el 32,2%.

La distribución de la muestra en función del sexo es equivalente. De los 5.066 escolares, la mitad, exactamente un 49,8% son varones y la otra mitad, un 50,2% son mujeres, lo que refleja la realidad social en cuanto a la distribución por sexo en las aulas.

3.2. VARIABLES

Para evitar, en la medida de lo posible, que los alumnos se sintiesen directamente evaluados hemos tratado de integrar las preguntas de recogida de información en los contenidos de la Unidad Didáctica, de manera que también sirvieran de argumento en las actividades propuestas.

Las principales variables hacen referencia al consumo de tabaco en diferentes intervalos, así como los consumos en el último mes y semana, lo que sí nos puede dar una estimación del consumo actual en función del número de cigarrillos fumados en estos períodos. Se incluye también una estimación de la intención de fumar, dicha variable refleja el

deseo de llevar a cabo tal conducta, aun cuando todavía no se haya producido de manera real.

Otro grupo de variables se centran en una serie de creencias y convicciones construidas a modo de afirmaciones atribuidas a los demás y sobre las que el sujeto tiene que situarse o tomar postura.

4. RESULTADOS

En la exposición de los resultados comenzaremos con los análisis descriptivos de la totalidad de la muestra para continuar con análisis por grupos en función de alguna variable de interés. Los análisis diferenciales ayudarán a establecer diferencias entre grupos de sujetos utilizando para ello variables criterio que ayudarán a definir los grupos a comparar. Las relaciones entre variables serán exploradas con el análisis correlacional y la capacidad predictiva de algunas de ellas con análisis de regresión, ayudando a clarificar las variables de más influencia en el consumo.

4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO PARA EL CONJUNTO DE LA MUESTRA

En la tabla I se recogen los resultados en porcentaje de las variables objeto de análisis, teniendo en cuenta el curso (edad), sexo y el conocimiento experimental del tabaco. La mayoría de las variables se centran en afirmaciones relativas al uso y "utilidad" del tabaco relacionadas con una serie de convicciones que forman parte del imaginario juvenil sobre este producto.

El primer ítem que puede observarse en la tabla hace referencia a la apariencia física, aspecto de vital importancia para los preadolescentes. Los porcentajes de satisfacción



más altos en esta variable pertenecen a los sujetos más jóvenes, los de 1º ESO superan a los de 2º ESO, ya que éstos tienen un 12% menos de satisfacción, siendo también los varones los que se muestran más acordes con su apariencia física. Los datos apuntan a que el uso de "trucos" para mejorar la imagen es más recurrido por los preadolescentes que puntúan más bajo en "satisfacción con la apariencia física"; siendo los de 2º ESO y las mujeres los que, en mayor medida, afirman emplear "trucos" para tapar defectos, concretamente el 45% en 2º ESO y 47% de las mujeres. Sin embargo, el porcentaje más alto en el uso de "trucos" corresponde a los que ya han fumado alguna vez, un 54%, curiosamente estos sujetos son los que tienen un porcentaje más bajo (34%) en autosatisfacción con la su apariencia física.

Sin ninguna duda, a estas edades la razón que parece tener más peso para declinarse por las sustancias legales es "aparentar ser más", cuyos valores afirmativos oscilan entre el 70% y el 80%, incluso los que nunca han fumado puntúan muy alto en esta variable (80%), teniendo más dificultades para reconocer este hecho los que sí han fumado, cuyo valor es del 70%. Para apreciar si este sentimiento está generalizado entre los preadolescentes incluimos una pregunta que hace referencia a "conocer a alguien que fume para aparentar más adulto", el 67% de los sujetos afirman conocer a alguien que fuma para aparentar más adulto, frente al 33% que contestan no conocer a nadie, lo que nos da una idea de la extensión de este sentimiento en el imaginario juvenil.

Asociar el hecho de fumar con una imagen de más adulto puede tener más importancia de la que aparenta; la mayoría de los preadolescentes, por razones de desarrollo, no han alcanzado la estatura definitiva, sien-

do frecuentes las muestras de insatisfacción con la propia apariencia física. Fumar o beber puede ser una forma de desacreditar una imagen física un tanto infantil todavía. Esta interpretación por parte de los preadolescentes parece ser la más verosímil, ya que otros argumentos para fumar o beber más elaborados, como "para ser más sofisticados", se muestran poco convincentes, con porcentajes que oscilan entre el 9% y el 13% en los cruces de las tres variables (curso, sexo y haber fumado).

Un segundo bloque de ítems (gris más intenso) se refieren a creencias sociales que ponen de manifiesto aspectos negativos del consumo de tabaco. Las puntuaciones de los sujetos indicarían el nivel de adhesión a esas afirmaciones. Su interés radica en que esa adhesión suele ir pareja al deseo de los sujetos por acoplar sus conductas a la realidad social percibida, de ahí que tengan cierta carga motivadora en la medida que el sujeto las asume y se identifica con ellas.

En general los porcentajes alcanzados son elevados, superiores en todos los casos al 70%, indicando un buen nivel de acuerdo con la afirmación de los ítems. Ello puede indicar que la imagen negativa asociada al consumo de tabaco tiene un considerable calado social.

Dado que dichas afirmaciones ponen de manifiesto algún inconveniente asociado al tabaco, cabe esperar que los escolares con experiencia en consumo sean los que marquen porcentajes de adhesión más bajos. Efectivamente, en todas esas afirmaciones a penas existen oscilaciones entre los porcentajes en función del curso y del sexo, resultando estas variables poco diferenciadoras. En cambio, los sujetos que han respondido haber consumido tabaco son los que acaparan las diferencias más notables, puntuando más



bajo en todas e indicando con ello menores niveles de conformidad con lo afirmado en los items.

El item más importante por el porcentaje alcanzado hace referencia al "aumento de la valía personal por rechazar un pitillo" logrando un porcentaje por encima del 90 %, si bien para los que han fumado se sitúa en el 87%, seguido del item referente a "los que fuman son más nerviosos y agresivos", con porcentajes entre 78-88%, siendo el más bajo "fumar entorpece ligues interesantes" con puntuaciones entre el 56-66%.

Respecto a la intención de fumar parece que aumenta con la edad, los alumnos de 13-14 años (2º ESO) reflejan una intención de consumo más alta, concretamente del 13%, frente al 8% para los de 11-12 años (1º ESO), siendo dos puntos porcentuales superior en los varones frente a las mujeres. Sin embargo, donde el valor de la intención se dispara es en los sujetos que ya han experimentado con el tabaco que llega al 39%.

Algo semejante se observa en el "convencimiento sobre el futuro como fumador", los porcentajes son muy semejantes en función del curso y del sexo, sin apenas sufrir variación; en cambio es mucho más elevado para el grupo de alumnos que ya han experimentado con el tabaco. Este grupo de probadores muestra una clara intención por consumir, si bien un 16% (diferencia entre 39 y 23%)

parecen desmarcarse del convencimiento de ser futuros fumadores, es decir muestran una decisión más clara por consumir, sin que al parecer les pueda causar problemas de adicción.

4.2. CONSUMO DE TABACO DE LA MUESTRA

Un 20% de los escolares de la muestra (969 alumnos) han fumado en alguna ocasión, frente al 80% (3948 alumnos) que dicen no haberlo hecho nunca. Lo que equivale a que uno de cada 5 alumnos que cursan Primer Ciclo de la ESO ya han probado el tabaco alguna vez.

Centrándonos en el consumo más cercano, un 6% (234 alumnos) han tenido algún tipo de consumo de cigarrillos en el último mes, frente al 94% (3461) que no han consumido (Ver Tabla 2). Dentro del subgrupo de consumidores, el número de cigarrillos fumados se distribuye de la siguiente manera: un 3,5% fumó entre 1 y 10 cigarrillos (inferior a medio paquete), 0,6% entre 11-20, en torno a la cajetilla y un 1,9% superó los 20 cigarrillos.

Si analizamos el consumo en la última semana los datos son semejantes al consumo mensual, un 95% no ha fumado en la última semana, frente a un 5% que sí. De éstos, un 3% tiene un consumo inferior a media cajeti-

Tabla 1. Consumo de Cigarrillos.

	Último mes		Última semana	
	N	%	N	%
Ninguno	3461	94	3501	95
Alguno	234	6	189	5



lla, un 1,2% entre media y una, finalmente, un 0,8% supera los 20 cigarrillos semanales. Sin embargo, estas estimaciones debemos juzgarlas con cierta cautela, pues aunque los Cuadernos no llevaban nombre algunos alumnos pudieran tener cierto recelo al ser recogidos por sus profesores. En otros estudio la prevalencia del consumo para estos tramos de edad, tanto en consumo esporádico como habitual, son un poco más elevados (Díaz y Sanabria, 1993; O.E.D.T., 2001).

4.2.1. EL CONSUMO DE TABACO EN FUNCIÓN DEL SEXO

El consumo de tabaco en relación al sexo indica que son más los varones que ya han probado el tabaco; así contestan haber fumado alguna vez el 21%, frente al 17% de las mujeres, lo que supone una diferencia de 4 puntos. Respecto al consumo habitual, valorado por los cigarrillos fumados en el último mes, son también los varones los que ofrecen un mayor consumo, si bien esas diferencias se reducen a 3 puntos porcentuales, siendo un 7,4% los varones consumidores mensuales frente al 4,3% las mujeres. Esta pauta de consumo parece mantenerse en relación

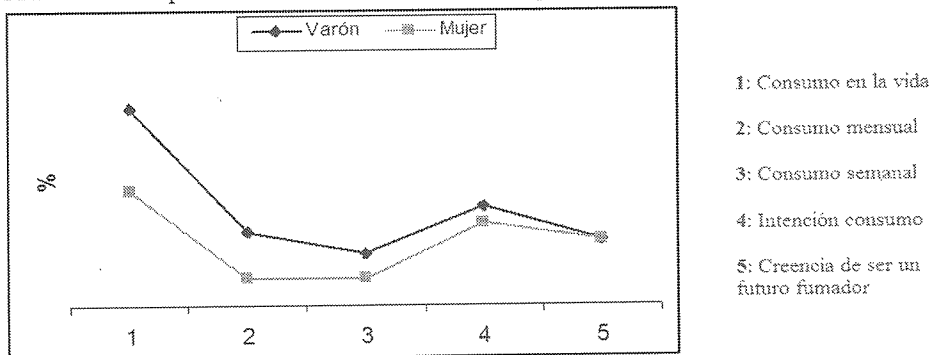
al consumo semanal, cuyos porcentajes son del 6,3% para los varones frente a la mitad de mujeres, el 3,2%.

Ahora bien, estas diferencias tienden a disminuir cuando comparamos a ambos grupos en variables cognitivas que pueden tener cierta relación con el consumo de tabaco. Así, los varones que afirmaron tener claras intenciones de consumo, aunque de hecho no las realizaran, alcanza el 12% siendo para las mujeres el 10%, disminuyendo la diferencia a 2 puntos porcentuales.

Pero si la comparación la hacemos en función de la creencia o convencimiento que los sujetos tienen acerca de su estatus como futuros fumadores, las diferencias desaparecen y ambos grupos se equiparan. Así, el 8% de los varones y mujeres se muestran autoconvencidos de que acabarán siendo fumadores.

La evolución de estos datos comparativos parece sugerir que en el alumnado del 1º Ciclo de ESO se dan diferencias en la conducta de consumo de cigarrillos en función del sexo, dichas diferencias tienden a disminuir y equipararse finalmente en variables de

Gráfica 1. Comparación en variables de consumo por sexo





carácter cognitivo relacionadas con la conducta de fumar; como es la intención, y el convencimiento de fumador futuro donde desaparecen y se igualan. Los datos parecen insinuar que la progresión hacia la conducta real de consumo es, en las mujeres preadolescentes, más lenta, no mostrando tener tanta prisa a la hora de iniciarse. Aparenta ser así, dado que en las variables cognitivas referidas al tabaco ambos sexos están más igualados; sin embargo, sabemos por otros estudios que es a partir de los 17-18 años cuando las chicas superan a los varones en niveles de consumo (Luengo, Otero, Mirón y Romero, 2000; O.E.D.T., 2001; P.N.D. 2001; Steptoe, Wardle, Cui, Baban, Glass, Pelzer, Tsuda, y Vinck, 2002). Esta pauta parece confirmar un inicio más lento seguido de una progresión más galopante por parte de las mujeres pocos años más tarde.

En la Gráfica 1 recogemos este fenómeno, las diferencias entre ambas líneas tienden a decrecer hacia la izquierda, mostrando un efecto cada vez más convergente hacia las variables de carácter interno o cognitivo relacionadas con el consumo, diferenciándose más en las conductas externas de consumo. Simplificando mucho, cabe sospechar que los preadolescentes de ambos sexos están más de acuerdo en las creencias asociadas al consumo pero en menor medida en la conducta real de consumo, donde los varones se muestran más precoces, empezando antes y fumando más. Sin embargo, esta diferencia tiene características de cierta transitoriedad, dado que en dos o tres años las chicas igualan y superan a los varones en consumo (Steptoe y col, 2002).

A su vez, y con independencia del sexo, parece que estas variables forman un bloque compacto con mucha sintonía entre ellas, de

manera que es lógico pensar que tanto la intención como las creencias pueden jugar un importante papel como variables mediadoras del consumo futuro, aspectos en los que trataremos de profundizar.

4.3. CONSUMO DE ALCOHOL

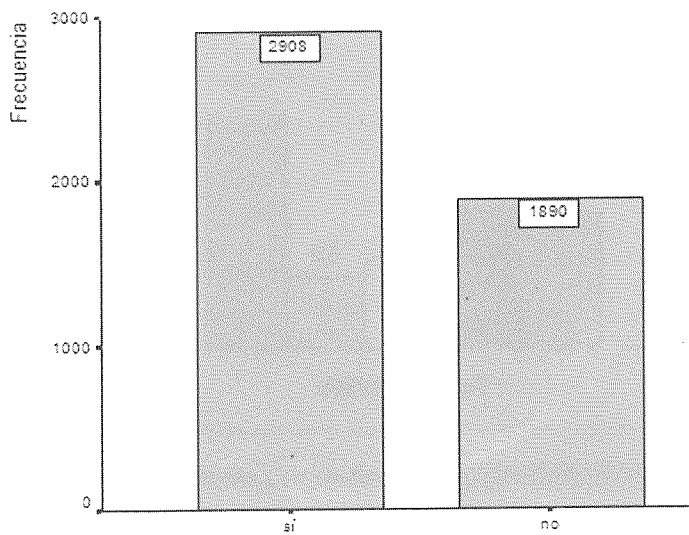
El alcohol es la sustancia más experimentada por los escolares del 1º Ciclo de la ESO, el 60% (2908) de los escolares ya la han probado alguna vez, convirtiendo al alcohol en la primera droga a la que tienen acceso los niños y adolescentes, superando con mucho la experimentación observada para el tabaco (20%) (Gráfica 2).

Tomando en consideración el consumo de alcohol centrado en el mes anterior a la cumplimentación del cuadernillo, ofrece los resultados de la gráfica 3.

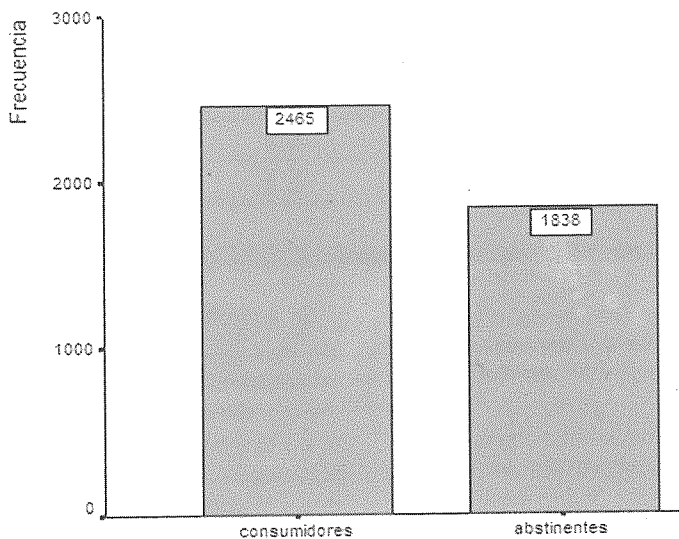
Como se puede apreciar ambas gráficas son muy semejantes, lo que puede estar indicando que la experimentación a estas edades no está tan alejada del consumo esporádico y habitual. El número de escolares que durante el mes previo consumieron alcohol, cuando menos "alguna vez", es de 2465, es decir el 57% de la muestra, frente a los 1838, el 43% que durante ese mes se declararon abstinentes. El consumo referente al fin de semana se sitúa en el 10% y en él están implicados unos 500 escolares de la muestra, lo que equivale a que uno de cada 10 alumnos bebe los fines de semana. Sin embargo, estas cifras son inferiores a las recogidas en otros estudios que oscilan entre el 13-15%, aunque en recientes estudios y determinadas zonas se indica que el 16% de los escolares de 10 a 14 años consumen los fines de semana junto a sus amigos (Gil y Ballester, 2002).



Gráfica 2. Experimentación con el alcohol.



Gráfica 3. Consumidores de alcohol en el último mes..





Gráfica 4. Bebidas de consumo preferente.

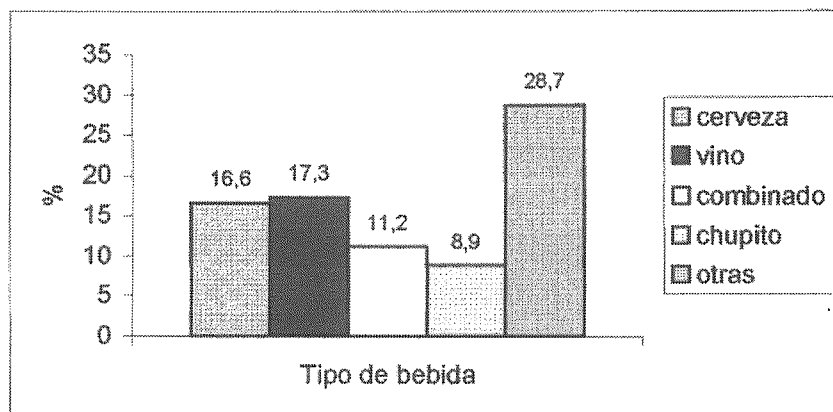


Tabla 2. % de consumo según tipo de bebida.

Tipo de bebida	Fin de semana	Diario
Cerveza	3,2	0,2
Vino	1,8	0,4
Combinados	4,9	0,6
Chupitos	3,4	0,4
Otras bebidas	5,1	1,7

Los consumos preferentes de los escolares según el tipo de bebida se muestran en la Gráfica 4. El porcentaje más alto (28,7%) corresponde a la categoría de "otras", englobándose en ellas bebidas como el cava, sidra, vermouth, etc., seguido del vino (17,3%) y de la cerveza (16,6%), siendo estas bebidas alcohólicas las de mayor preferencia de los escolares.

Se aprecia también, en función de los datos de la Tabla 2, que los escolares que tienen un consumo más frecuente, entre fin de semana y diario, tienden a preferir bebidas de más alta graduación, de manera que el vino y la cerveza son desplazados por los combinados y chupitos como bebidas de consumo preferente.



5. ANÁLISIS DE RELACIONES ENTRE VARIABLES

A continuación presentamos los resultados de relaciones entre variables en base al análisis de correlación de Pearson. Como se refleja en la tabla, hemos calculado la interrelación de todas las variables a excepción de algunas de respuesta dicotómica y de menos interés. A simple vista, la primera conclusión que cabe extraer de la tabla es la gran cantidad de correlaciones que han resultado significativas; así, de un total de 120 correlaciones, 99 han alcanzado significatividad estadística, es decir, el 83% de las mismas.

Todas las variables adquieren un elevado número de correlaciones con significatividad,

a excepción de las variables referidas a la "satisfacción con la apariencia física" y "uso de trucos para tapar defectos" (v4 y v5) que son, con 6, las que menos correlaciones significativas alcanzan, el resto logra una media de 12 a 14 correlaciones significativas. Si bien la fuerza de esa relación, en la mayoría de los casos, es débil (valores inferiores a .10) pudiendo deberse a la amplitud de la muestra; así y todo, el conjunto de variables con significatividad forman un grupo numeroso y compacto con muchas interrelaciones.

Uno de los bloques de variables que con más fuerza parecen interrelacionarse tiene que ver con las creencias, la intención y el consumo. En el Cuadro 1, se recoge la dirección e intensidad de esas relaciones. Todos

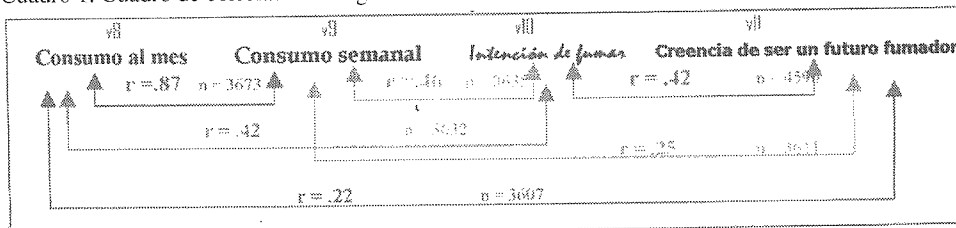
Tabla 3. Análisis de correlaciones entre variables.

	v4	v5	v8	v9	v10	v11	v18	v19	v20	v21	v22	v23	v24	v27	v28
v4	1														
v5	-.10**	1													
v8	-.02	.03*	1												
v9	-.02	-.04**	.87**	1											
v10	-.02	.09**	.42**	.46**	1										
v11	-.05**	.13**	.22**	.25**	.42**	1									
v18	.01	.01	-.03*	-.03*	-.04**	-.05**	1								
v19	.08**	.02	-.05**	-.05**	-.04**	-.06**	.35**	1							
v20	.01	.03*	-.08**	-.10**	-.12**	-.11**	.19**	.28**	1						
v21	.03*	.01	-.05**	-.05**	-.08**	-.10**	.39**	.44**	.30**	1					
v22	.00	.00	-.08**	-.06**	-.08**	-.09**	.33**	.30**	.26**	.38**	1				
v23	.04**	.00	-.06**	-.06**	-.06**	-.07**	.34**	.37**	.27**	.43**	.41**	1			
v24	.01	.01	-.04*	-.05**	-.08**	-.12**	.32**	.35**	.29**	.43**	.36**	.45**	1		
v27	-.01	-.00	-.03*	-.04**	-.11**	-.10**	.06**	.06**	.16**	.10**	.09**	.09**	.10**	1	
v28	-.03**	.01	-.08**	-.08**	-.11**	-.09**	.09**	.06**	.14**	.11**	.11**	.11**	.14**	.31**	1
Alcol	-.01	.11**	.23**	.27**	.44**	.30**	-.01	.01	-.03*	-.03*	-.05**	-.02	-.06**	-.01	-.03*

* Correlación significativa a $p < 0,05$ ** Correlación significativa a $p < 0,01$



Cuadro I. Cuadro de correlaciones significativas.



los valores de la correlación (r de Pearson) son significativos a un valor de $p = 0,01$ y se indica también el número de sujetos que entran en el cálculo.

Se puede apreciar que las relaciones son más intensas entre las variables que están más próximas, apuntando con ello a una influencia casi de tipo secuencial entre ellas, esa relación partiría de la creencia e intención para reflejarse en conductas de consumo, tanto a nivel semanal como mensual. La intensidad de las relaciones tiende a disminuir a medida que comparamos variables más distantes, como es el caso de la creencia con el consumo semanal y mensual.

Así pues, las interdependencias entre creencias, intenciones y conductas constituyen un bloque homogéneo de interés preventivo, sobre el que se pueden diseñar estrategias encaminadas a frenar el consumo entre los escolares. Las intervenciones pueden orientarse a modificar las creencias, lo que sin duda se reflejará en el valor de la intención y disminución del consumo.

Otro conjunto de variables con relaciones significativas hace referencia a connotaciones de carácter negativista ligadas al hecho de fumar y en las que se valora de manera positiva la abstinencia. En este sentido destaca la consideración de "más maduro para el no

fumador" (v24) y "ser más inteligente y sofisticado" (v24) ($r = .45, p = 0.01$). "Desear salir con un chico/a que no fuma" (v21) se relaciona de manera directa y significativa con "considerar al no fumador más maduro" y "más inteligente y sofisticado" (v24 y v23), con una correlación de .43 en ambas variables. La imagen peyorativa asociada al fumador (v18) correlaciona significativamente con el resto de variables con una connotación negativa asociada al hecho de fumar (besar a un chico/a que no fuma, aumentar la valía por rechazar un cigarro, salir con un chico/a que no fume, más nervioso el fumador; más sofisticado el no fumador y más maduro: v19 a v24).

Así mismo, el hecho de fumar se relaciona con trucos para tapar defectos ($r = .04, p = 0.00$) (v9 con v5) intuyéndose la tendencia a usar cigarrillos como "truco" para taparlos. Igualmente, el hecho de fumar (v9), correlaciona de manera significativa e inversa con variables referidas a aspectos negativos asociados a la imagen del fumador (v18 a v27), sobre los que los fumadores tienden a hacer valoraciones significativamente menores o se alejan de las connotaciones positivas referidas al hecho de no fumar.

Finalmente, el consumo de alcohol tiene un comportamiento muy parecido al del ta-



baco en cuanto a su relación con el resto de variables. La correlación es significativa y positiva con el conjunto de variables que hacen referencia al número de cigarrillos fumados, a la intención y convencimiento de ser un futuro fumador; de suerte que a medida que se fuma más, también se bebe más, dando a entender que ambos consumos cumplen idénticas funciones para los preadolescentes. Efectivamente, ello se deduce del resto de correlaciones significativas que el consumo de alcohol alcanza con las demás variables referidas a connotaciones negativas del fumar (ver Tabla 4).

6. ANÁLISIS DIFERENCIALES ENTRE GRUPOS

Uno de los aspectos de especial interés es tratar de averiguar si existen diferencias entre grupos que hemos creado conforme a

una característica importante. A tal fin dicotomizamos la muestra en función del género, la edad y el consumo para ver si existen diferencias entre estos grupos. Una vez dividida la muestra en función de una variable criterio, se comparan utilizando una prueba de contraste de medias, en nuestro caso la t de Student para estimar el valor estadístico de las diferencias.

6.1. DIFERENCIAS EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

El resultado de la comparación de los varones y las mujeres de la muestra respecto a un conjunto de variables se resume en la Tabla 4. Lo primero que destaca de la tabla es que, excepto en dos variables, las comparaciones son significativas y con diferencias entre ambos grupos (En gris suave las comparaciones favorables a las mujeres; en gris más intenso, las de los varones; en blanco, las carentes de significatividad).

Tabla 4. Diferencias intergénero en las principales variables.

Variables	Medias		T	p
	Varón	Mujer		
1. Satisfacción con la apariencia física	2.23	1.89	10.70	0.00
2. Emplear trucos para tapar defectos	1.90	2.09	-4.80	0.00
3. Consumo de alcohol al mes	1.59	0.82	11.03	0.00
4. Cigarrillos fumados al mes	0.81	0.38	3.85	0.00
5. Intención de fumar	0.22	0.15	3.63	0.00
6. Convencimiento de ser en el futuro fumador	1.68	1.80	-3.64	0.00
7. Los que fuman son conflictivos y pasados de moda	1.37	1.28	2.74	0.00
8. Es más agradable besar a un chico/a que no fuma	1.67	1.30	11.03	0.00
9. Rechazar un pitillo aumenta la valía personal	2.11	2.18	-2.27	0.00
10. Es más deseable salir con un chico/a que no fuma	1.65	1.52	3.86	0.00
11. Los que fuman son más nerviosos y agresivos	1.68	1.67	0.50	0.61
12. El que no fuma es más inteligente y sofisticado	1.58	1.43	4.28	0.00
13. El que no fuma es más maduro	1.71	1.65	1.80	0.07
14. Fumar para aparentar adulto es una equivocación	3.36	3.47	-3.56	0.00
15. Fumar entorpece ligues interesantes	2.64	2.79	-3.66	0.00

Nivel de significatividad: $p < 0,05$



La primera de las variables significativa hace referencia a la apariencia física (1), un tema al que son muy sensibles los preadolescentes, las chicas están bastante menos satisfechas con su apariencia física que los varones ($t = 10,70$; $p = 0,00$), quizás por ello también sean, en mayor medida, más dadas a emplear trucos (2) de cara a compensar esa disconformidad con su apariencia, en esto también se diferencian de manera significativa de los varones ($t = -4,80$; $p = 0,00$). Además, en la atribución de los principales motivos para fumar o beber, las mujeres responden en mayor medida que los varones que lo hacen "para aparentar y ser más" (1512 frente a 1370) y "tapar defectos y complejos", estas diferencias, por ejemplo, alcanzan significatividad estadística al contrastarlas con una prueba no paramétrica como chi cuadrado ($\chi^2 = 14,66$; $p = 0,00$). Igualmente en aquellas variables que hacen referencia a creencias o afirmaciones relacionadas con estos aspectos las mujeres también se diferencian de los varones, así en la variable "fumar para aparentar más adulto es una equivocación" (14), las mujeres muestran, de manera significativa, un mayor desacuerdo que los varones. En consonancia con todo ello, no es de extrañar que las féminas muestren, a pesar de tener un consumo menor; un mayor convencimiento de que acabarán siendo fumadoras en el futuro (6).

Así pues, son las mujeres las que expresan mayor preocupación con su apariencia, con mayor predisposición a usar remedios para reforzar su imagen. No sería descabellado pensar que consumir sustancias legales realza una determinada imagen cuyo fin se orienta a desmarcarse de la etapa infantil haciendo cosas de adultos y prohibidas a menores.

Dado que las mujeres acaparan valores más altos en variables referidas a creencias y con-

vicciones, cabría esperar un mayor consumo de cigarrillos; sin embargo no es así, las diferencias en cuanto al número de cigarrillos fumados al mes intergénero son significativas (4) ($t = 3,85$; $p = 0,00$), fumando más los varones que las mujeres, pero si la comparación la hacemos solo entre fumadores de ambos sexos, desaparece la diferencia estadística, los varones fuman una media de 10 cigarrillos mensuales, frente a los 8 de las mujeres, los dos cigarrillos no representan significatividad estadística.

Por otra parte, en creencias y convicciones contrarias al tabaco las mujeres muestran una menor implicación con puntuaciones significativamente más bajas. Así le dan menos importancia a salir y besar a un chico que fuma (8 y 10) y consideran que los que no fuman no son más maduros (13). En cambio, valoran en mayor medida que los varones que rechazar un pitillo puede aumentar la propia valía personal (9) y entorpecer otras relaciones más interesantes (15).

Así pues, en función del sexo, se observan diferencias entre chicos y chicas preadolescentes que, a grandes rasgos, situarían a las mujeres ante una mayor vulnerabilidad en cuanto a convicciones y creencias referidas al consumo; sin embargo, estas variables no parecen tener una influencia decisiva en el consumo actual ni en la intención de consumir, ya que son los varones los que presentan mayores tasas de consumo y una intención más clara por potenciarlo a corto plazo.

6.2. DIFERENCIAS EN FUNCIÓN DE LA EDAD

A diferencia del elevado número de variables significativas relacionadas con el género son menos las que resultaron significativas al dividir la muestra en función de la edad (curso). Ello nos hace pensar que la edad, en el corto intervalo que manejamos (11-14 años),



Tabla 5. Diferencias en función de curso o edad.

Variables	Medias		T	p
	1º ESO	2º ESO		
Consumo de alcohol al mes	0.89	1.33	-60.57	0.00
Cigarrillos fumados al mes	0.14	0.26	-2.19	0.00
Intención de fumar	0.12	0.22	-5.53	0.00
Satisfacción con la apariencia física	2.26	1.94	9.33	0.00
Emplear trucos para tapar defectos	1.89	2.05	3.73	0.00
Rechazar un pitillo aumenta la valía personal	2.19	2.12	2.07	0.03

Nivel de significatividad: $p < 0,05$

tenga una menor relación con las conductas de consumo; aun así, existen referencias que recogen la sensibilidad de la variable edad como determinante de algunas diferencias (Johnson, Boles, Kleber, Vaughan y McVeigh, 2000).

Como se puede observar en la Tabla 5 los sujetos de 1º de ESO (11-12 años) se diferencian de los de 2º de ESO (13-14 años) en 6 variables del total incluido. Como es lógico, algunas de esas diferencias tienen que ver con la evolución progresiva del consumo, los alumnos de mayor edad (2º ESO) beben y fuman en promedios significativamente más elevados que los de 1º ESO, presentando al mismo tiempo una intención de fumar más clara y firme.

Además, en las variables que hacen referencia a la apariencia física, los de 1º ESO se muestran con diferencia más satisfechos, de manera que el recurso a "trucos para tapar complejos" es significativamente menor. Este hecho puede resultar de gran interés, pues nos esté indicando que la apariencia física juega un importante papel a estas edades y que es en este momento cuando se consolida su peso en relación a las conductas de consumo. No cabe duda que este hecho constituye un argumento sólido sobre el que basar estrategias preventivas, debiendo encaminarse a neutralizar el valor de refuerzo que las

sustancias legales parecen tener en la autoimagen de los preadolescentes, constituyendo estos cursos el mejor momento para llevarse a cabo.

6.3. DIFERENCIAS EN FUNCIÓN DEL ESTATUS DE CONSUMO

El estatus del consumidor se define en función de si el sujeto ha probado alguna vez el tabaco o nunca lo ha hecho. La comparación nos permitirá valorar la consistencia de las opiniones de los sujetos, ya que supone contrastar el 20% de los sujetos que ya han consumido tabaco con el 80% restante que nunca lo han hecho.

Como se puede observar en la Tabla 6 ambos grupos se diferencian de manera significativa en todas las variables a excepción de la v19.

Los datos de la Tabla nos confirman una vez más que los escolares que han fumado se diferencian de modo significativo de sus compañeros que no lo han hecho en la satisfacción por su apariencia física (4), en el empleo de trucos para ocultar defectos (5). Igualmente, en aquellas otras variables que hacen referencia a connotaciones negativas ligadas al hecho de fumar; juzgadas de manera más peyorativa por los abstemios y de manera más condescendiente por los consumidores;



Tabla 6. Diferencias en función del estatus de consumo.

Variables	Medias		T	p
	Fumado SI	Fumado NO		
1. Consumo de alcohol al mes	3.13	0.79	18.30	0.00
2. Intención de fumar	0.70	0.02	17.42	0.00
3. Convencimiento de ser en el futuro fumador	2.44	1.57	18.74	0.00
4. Satisfacción con la apariencia física	1.88	2.09	-4.51	0.00
5. Emplear trucos para tapar defectos	2.33	1.92	8.40	0.00
6. Los que fuman son conflictivos y pasados de moda	1.23	1.35	-2.94	0.00
7. Es más agradable besar a un chico/a que no fuma	1.49	1.49	0.00	0.99
8. Rechazar un pitillo aumenta la valía personal	1.97	2.19	-5.44	0.00
9. Es más deseable salir con un chico/a que no fuma	1.39	1.63	-5.65	0.00
10. Los que fuman son más nerviosos y agresivos	1.54	1.71	-4.18	0.00
11. El que no fuma es más inteligente y sofisticado	1.39	1.54	-3.58	0.00
12. El que no fuma es más maduro	1.52	1.73	-4.66	0.00
13. Fumar para aparentar adulto es una equivocación	3.21	3.46	-5.74	0.00
14. Fumar entorpece ligués interesantes	2.51	2.76	-4.84	0.00

así, ambos grupos se diferencian en asociar el tabaco con la conflictividad (6), con el nerviosismo (10), con la apariencia de adulto (13) y entorpecer ligués (14). Del mismo modo, no fumar o rechazar un pitillo (8) son decisiones mejor valoradas por los no fumadores, considerando más inteligente (11) y maduro (12) el hecho de no fumar. Ambos grupos también se diferencian en el consumo de alcohol, de manera que los que han fumado están consumiendo, con diferencia significativa, más alcohol que los que nunca han fumado.

Nuestros datos se orientan en la misma línea interpretativa de otros estudios (Lynskey, Heath, Bochoz, Slutsky, Madden, Nelson, Statham, y Matin, 2003). Zupira (1999), por ejemplo, atribuye un mayor riesgo de consumo en base a las creencias que los sujetos mantienen sobre las sustancias legales, así pensar que facilitan las relaciones sociales y mejorar la imagen hace que aumente el riesgo de consumo. Sin duda la interrelación de ambas sustancias legales es considerable. Así pues, el estatus del consumidor parece resul-

tar claramente diferenciador en relación a convicciones y creencias centradas en el consumo, como también se señala en otros estudios (Feldman, Harvey, Holowaty y Shortt, 1999).

7. PREDICCIÓN DEL CONSUMO DE TABACO

Dado que como vimos en uno de los apartados anteriores el número de relaciones entre variables es considerable, es de interés delimitar aquellas que pueden ejercer un mayor peso predictivo sobre la conducta de fumar a estas edades. A tal fin, hemos llevado a cabo un Análisis de Regresión Múltiple, dicho análisis permite determinar el valor predictivo de una o varias variables (VI) sobre otra considerada dependiente (VD), en nuestro caso el consumo de cigarrillos. El análisis de regresión lo vamos a efectuar por pasos, este método va incorporando las variables que mejor se ajustan a la ecuación de



Tabla 7. Variables predictivas respecto al consumo de cigarrillos

Variables	R ² corregida	Beta	Error típico	t	P
Intención de fumar actual	0.40	2.45	0.09	26.44	0.00
Consumo de alcohol al mes		0.29	0.02	11.92	0.00
Convencimiento de ser un futuro fumador		0.15	0.04	3.11	0.00
Aumenta la valía por rechazar pitillos		-0.13	0.04	-2.74	0.00

regresión, seleccionando las de mayor valor predictivo.

Así, para la predicción del consumo de cigarrillos hemos obtenido una ecuación de regresión significativa en la que han entrado las variables: *intención de fumar actual*, *consumo de alcohol al mes*, *convencimiento de ser en el futuro un fumador* y *aumentar la valía por rechazar un pitillo*. Las tres primeras variables contribuyen a la ecuación con signo positivo (beta = 2.45, 0.29 y 0.15) y la última con signo negativo (beta = -0.13). Juntas las cuatro variables explican el 40% de la varianza de la variable criterio, referida al consumo de cigarrillos mensuales (Ver Tabla 7).

La variable que más destaca por el valor de su beta es la intención de fumar; lo que viene a significar que por cada unidad que aumente la intención de fumar se refleja en la variable criterio o de consumo en un aumento de 2.45 unidades, es decir más del doble. La aportación del resto de variables es muy inferior; sin embargo es de resaltar la presencia del consumo de alcohol, lo que viene a confirmar las interrelaciones que se establecen entre las dos sustancias legales como alentadoras del consumo mutuo y de otros consumos, como también se afirma en otros estudios (Lynskey y col. 2003).

Los resultados del análisis de regresión confirman la relación que existe entre las

convicciones o creencias acerca del consumo, la intención de llevarlo a cabo y su plasmación real en conductas de uso, lo que viene a apoyar los postulados del modelo de Fishbein y Ajzen (1980) que habíamos asumido y que tiene interesantes aplicaciones a nivel preventivo por articular los tres niveles de variables: conductas, intenciones y creencias.

8. DISCUSIÓN

Tras la exposición de los resultados obtenidos parece evidente el valor y la importancia que los preadolescentes de la muestra otorgan a la apariencia física. Es una variable que se desarrolla, quizás se consolida también, a estas edades y tiene implicaciones claras con el consumo de tabaco y de alcohol. Parece que se desarrolla a estas edades puesto que los escolares de 1º ESO (11-12 años) muestran niveles más altos de satisfacción o conformidad con su apariencia física, cosa que no ocurre de la misma manera un curso más, los de 2º ESO (13-14 años) están bastante menos satisfechos con su apariencia física.

También el sexo tiene repercusiones evidentes respecto a la apariencia física, siendo las mujeres las que muestran niveles de satisfacción más bajos y mayor preocupación por su imagen física. Por otra parte y, lejos de asumir una actitud pasiva, los datos de nuestro estudio reflejan que los preadolescentes tien-



den a poner en marcha medidas encaminadas a compensar esos niveles de insatisfacción, una de esas medidas pasa por consumir sustancias legales como si de un truco se tratara. Son precisamente los preadolescentes que puntúan más bajo en apariencia física los más propensos a emplear esas medidas, siendo aún más, los que ya han fumado alguna vez.

Esto es así porque para los preadolescentes, en torno a las sustancias legales, existen una serie de creencias y convicciones que confirman su imaginario social con un significado, valor y utilidad muy concretos; con frecuencia ese imaginario socio-juvenil está manipulado por la mensajería publicitaria. Así, para un porcentaje muy alto de preadolescentes, entre el 70-80%, el consumo de alcohol y tabaco es para "aparentar más" y un 67% conocen a alguien que los usa con esa pretensión. Es evidente que para estas edades las sustancias legales tienen un valor simbólico añadido por ser delimitadores de estatus, marcando una frontera respecto a la etapa infantil que se desea abandonar.

A ello también puede estar contribuyendo dos factores, el primero relacionado con el desarrollo físico. Los preadolescentes no han alcanzado todavía su estatura definitiva, de manera que fumar o beber contribuye a deshacer una imagen física un tanto infantil. El segundo sería de carácter social, no cabe duda que las delimitaciones impuestas a nivel familiar y las restricciones legales de su venta o consumo (no poder comprarlas hasta los 16-18 años), otorgan a estas sustancias un simbolismo especial para los adolescentes, ya que su uso se asocia a la conquista del estatus de adulto.

Resulta también interesante observar el posicionamiento de los preadolescentes res-

pecto a aquellos items que se refieren a aspectos negativos o peyorativos relacionados con el tabaco, en este sentido más del 70% de los sujetos relacionan el tabaco con dichos aspectos, indicando con ello que los escolares conocen y valoran las consecuencias negativas del consumo y otros aspectos peyorativos ligados a la imagen del fumador. Estos aspectos tienen un hondo calado entre los escolares de la muestra, pensamos que ahí pueden estar incidiendo los efectos preventivos de las campañas de prevención; si bien es verdad que los escolares más benévulos con la imagen negativa del fumador y las consecuencias indeseadas del consumo son, precisamente, aquellos que tienen mayor consumo.

En cuanto a la intención, una variable muy relacionada con el consumo como hemos visto, tiende a aumentar con la edad, siendo los escolares de 13-14 años (2º ESO) los que muestran niveles más altos respecto a la intención de consumir (13%), sin embargo es más clara y definida en aquellos sujetos que ya han probado el tabaco, llegando a alcanzar la cifra del 39%.

El porcentaje de alumnos del 1º ciclo de la ESO que han probado el tabaco asciende al 20%, el consumo habitual a estas edades oscila entre el 5-6%, siendo ambas cifras ligeramente inferiores a las apreciadas en otros estudios (Luengo; Otero, Mirón y Romero, 2000; Comisionado do Plan de Galicia sobre Drogas, 2000), si bien se centran más en el alumnado de 2º ESO, el hecho de contar con una submuestra de 1º ESO hace que esos porcentajes sean inferiores por estar estos alumnos menos implicados en el consumo.

El sexo es una variable diferenciadora de las pautas de consumo en los escolares de la muestra, los varones mantienen pautas de consumo más elevadas que las mujeres, en



algunos casos, como en el consumo habitual, los varones duplican a las mujeres, 6,3% frente al 3,2%. Sin embargo, esta pauta solo se mantiene a estas edades, ya que las mujeres paulatinamente van incrementando su consumo hasta igualar y superar a los varones, cosa que sucede entre los 17-18 años (Comisionado del Plan de Galicia sobre Drogas, 2000; P.N.D. 2001; Steptoe, 2002). En cambio, si comparamos a ambos grupos en relación a otras variables de carácter cognitivo relacionadas con la conducta de fumar; esas diferencias tienden a desaparecer y ambos grupos se equiparan. Cabe pensar que si bien las chicas se diferencian en consumo real fumando menos que los chicos, a nivel cognitivo están preparadas o mentalizadas para progresar igualando su consumo al de los chicos. Sin embargo, las diferencias desaparecen si la comparación la hacemos centrándonos exclusivamente entre varones y mujeres que ya fuman, no existiendo diferencias significativas entre género respecto a creencias y convicciones.

El alcohol es la sustancia a la que más preadolescentes han accedido, ya que el 60% de los sujetos la han probado alguna vez, superando con mucho la experimentación con el tabaco (20%), siendo la sustancia legal más consumida. Así, más de la mitad de la muestra, concretamente el 57%, han consumido alcohol en los últimos 30 días, cifras que son equivalentes a las ofrecidas por el Plan Nacional sobre Drogas con un 58%, si bien referentes a sujetos de 14-15 años (PND, 2001), lo que quizás también concuerda con la tendencia recogida por otros autores hacia una mayor precocidad en el consumo de alcohol (Gil y Ballester, 2002).

Entre las variables que con más fuerza muestran correlaciones de significatividad cabe destacar la creencia futura de ser fumador; la intención y el consumo real. Existe una

interinfluencia casi de tipo secuencial entre estas variables, de manera que es más intensa a medida que están más próximas. Nuestros datos apoyan el modelo de Fishbein y Ajzen (1980), modelo que facilita el diseño y aplicación de programas preventivos, ya que convierte en útil y eficaz la información que se puede utilizar en el aula con finalidad preventiva. Aunque no es tan probable que la información por sí sola cambie conductas, sí es posible cambiar las creencias y modificar la orientación de la intención de los preadolescentes.

Las correlaciones de la variable referida al consumo de alcohol es muy semejante a la del tabaco, en general a medida que se bebe más también se tiende a fumar más, insinuando que ambos consumos cumplen idénticas funciones para los preadolescentes.

A la hora de buscar diferencias entre grupos una de las variables que resulta más delimitadora es el género. Son las mujeres las que se muestran estadísticamente más insatisfechas con la apariencia física ($t = 10.70$; $p = 0.00$), siendo también más dadas a usar trucos para subsanar esa disconformidad ($t = -4.80$; $p = 0.00$). En creencias y convicciones contrarias al consumo de tabaco, las mujeres también muestran menor implicación y tienen para ellas una importancia significativamente menor que para los varones, lo que conlleva una actitud más tolerante respecto al consumo. Estos datos parecen insinuar una mayor vulnerabilidad de las mujeres, al menos en esas variables.

La edad es una variable que también resulta diferenciadora, siendo muy sensible a la evolución del consumo. Así los alumnos de 2º ESO tienen un consumo significativamente mayor que los de 1º, tanto en cigarrillos fumados ($t = -2,19$; $p = 0.00$) como en alcohol consumido ($t = -60,57$; $p = 0,00$). Ambos



grupos también se muestran estadísticamente diferentes respecto a la apariencia física, los de 1º ESO están bastante más satisfechos con su apariencia que los de 2º, el recurso a "trucos" es significativamente menor también.

Estos datos ponen de manifiesto que la preocupación por la apariencia física se desarrolla y consolida a estas edades y que los preadolescentes comienzan a buscar compensaciones relativas a la imagen, algunas de ellas relacionadas con el consumo de sustancias. Este hecho al mismo tiempo pone de manifiesto la conveniencia de trabajar a nivel educativo la imagen de los preadolescentes, siendo estos cursos (1º y 2º ESO) un momento especialmente idóneo.

El estatus de consumo también resulta ser una variable diferenciadora, de manera que los sujetos que no han fumado se diferencian estadísticamente de aquellos otros que sí lo han hecho en, por ejemplo, la satisfacción con la apariencia física ($t = -4,41$; $p = 0,00$), estando los abstemios más satisfechos con su apariencia; en el empleo de trucos ($t = 8,40$; $p = 0,00$) tendiendo a usarlos más los que han consumido. Igualmente en variables asociadas a aspectos negativos por el hecho de fumar, son catalogadas de manera más censurable por los abstemios, existiendo diferencias significativas entre ambos grupos en estos juicios valorativos.

Con el Análisis de Predicción hemos aislado del conjunto de variables aquellas que parecen tener una mayor influencia en el consumo de cigarrillos de los preadolescentes. Entre estas variables está la intención de fumar; el consumo de alcohol, el convencimiento de ser fumador y aumentar la valía por rechazar pitillos. En su conjunto, estas variables llegan a explicar el 40% de la varianza de la variable criterio (consumo de cigarrillos mensuales). La variable que más destaca por su valor es la intención ($\beta = 2,45$), que junto

con el convencimiento de ser un futuro fumador ponen de manifiesto el peso de algunas variables cognitivas en la conducta de consumo.

El modelo de Fishbein y Ajzen (1980) según estos resultados parece resultar adecuado para comprender los procesos y pasos que los adolescentes van dando hacia el consumo, al tiempo la facilita la articulación de medidas de carácter preventivo.

9. CONCLUSIONES

1. De las sustancias legales, la de mayor consumo entre los preadolescentes de 11-14 años es el alcohol, el 60% ya han tenido contacto alguna vez con dicha sustancia, frente al 20% que lo han hecho con el tabaco. En el consumo habitual de alcohol (al menos una vez al mes) estarían implicados el 57% de los sujetos de la muestra y en el consumo semanal un 10% aproximadamente. Un 6% de los sujetos consumen tabaco de manera habitual y un 5% consume cigarrillos a lo largo de la semana.
2. El género es una variable claramente marcadora de diferencias respecto a una serie de variables referidas al consumo, como también se recoge en otros estudios (Navarro, 2001). En nuestro caso la variable sexo es la que mejor marca las diferencias entre los preadolescentes respecto al consumo, así como en una serie de creencias y convicciones relacionadas con el papel social atribuido a esas sustancias. Son las mujeres las menos implicadas en el consumo actual, pero en las variables de carácter cognitivo como intención, creencias y convicciones esas diferencias tienden a igualarse y desaparecer, lo que situaría a las mujeres en la misma predis-



posición hacia el consumo que ya manifiestan los varones en consumo real.

3. El peso e importancia de la variable género es más decisivo que la edad a la hora de marcar diferencias entre los sujetos de la muestra, así se aprecia mayor número de diferencias significativas entre varones y mujeres que entre alumnos de 1º y 2º ESO.
4. El interés y preocupación por la apariencia física tiene especial trascendencia para los preadolescentes de 11-14 años, tal preocupación parece intensificarse a estas edades, al tiempo que se observa una relación inversa con la edad, de manera que los preadolescentes de más edad tienen índices de insatisfacción con su apariencia más altos.
5. La satisfacción o insatisfacción con la apariencia física también guarda cierta relación con el consumo de sustancias legales, los preadolescentes que tienen un mayor índice de consumo, son a la vez los que más disconformidad manifiestan con su apariencia física, mostrándose más predispuestos a usar trucos y medidas para mejorar su imagen. En este sentido, nuestros datos parecen indicar que el alcohol y el tabaco tienen mucho que ver con esas medidas encaminadas a "reforzar" la imagen que quieren dar.

Estos hechos parecen sugerir la conveniencia de abordar a nivel educativo la autoestima en relación con la apariencia física, hacerlo así podría ser una buena estrategia de cara a la prevención.

6. Existe una interinfluencia, casi de tipo secuencial, entre consumo de cigarrillos, intención y creencias o convicciones. La relación es más intensa en función de la proximidad secuencial que tienen estas variables según el modelo de Fishbein y

Ajzen (1980). A grandes rasgos, este modelo puede ayudar a diseñar intervenciones preventivas basadas en la información y actitudes, utilizando el aula como contexto de aplicación.

7. Las variables que con mayor peso parecen predecir el consumo de cigarrillos son, por orden de importancia, la intención de fumar, el consumo de alcohol, el convencimiento de ser un futuro fumador y menospreciar la valía personal por rechazar cigarrillos. En su conjunto estas variables explican el 40% de la varianza, destacando la intención, que con el 34% de la varianza, es la que acapara mayor peso predictivo. Aun así, es de destacar el consumo de alcohol, su presencia en la ecuación de predicción hace pensar en las interrelaciones mutuas que existen entre esta sustancia y el tabaco, como binomio reforzante del consumo mutuo.

10. BIBLIOGRAFÍA

Becoña, E. (1999). Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas. Madrid. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional de Drogas.

Burt, R. Dinh, K., Peterson, A., Sarason, I. (2000). Predicting adolescent smoking: A prospective study of personality variables. *Preventive Medicine*, 30, 115-125.

Comisionado do Plan de Galicia sobre Drogas (2000). O consumo de drogas en Galicia V. Colección Drogodependencias, nº 23. Ed. Xunta de Galicia. Santiago.

Di Clemente, R.J. (1992). *Adolescents and Aids*. Newbury Park. Sage.

Díaz, O. y Sanabria, M.A. (1993). Variables relacionadas con el inicio del consumo de tabaco. *Adicciones*, 5, 287-304.



- Feldman, L. Harvey, B., Holowaty, P. y Shortt (1999). Alcohol use beliefs and behaviors among high school students. *Journal of Adolescent Health*, 24; 48-58.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1980). *Understanding attitude and predicting social behavior*. Englewood Cliffs. Prentice Hall. New Jersey.
- Gil, J.; López, F. y Moreno, E. (2001). Conceptos, creencias y comportamientos de salud en preadolescentes. *Análisis y Modificación de Conducta*, 116, 875-903.
- Gil, M.D. y Ballester, R. (2002). Inicio temprano de consumo de alcohol ente niños de 9 a 14 años. *Análisis y Modificación de Conducta*, 118, (28), 165-211.
- Johnson, P., Boles, S., Kleber, H.; Vaughan, R. Y McVeigh, K. (2000). Age-related differences in adolescent smokers and nonsmokers assessments of the relative addictiveness and health harmfulness of cigarettes, alcohol and marijuana. *Journal Substance Abuse*, 11, 45-52.
- Luengo, A. Otero, J.M., Mirón, L. y Romero, E. (2000) *Análisis psicosocial do consumo de drogas nos adolescentes galegos*. Colección Drogodependencias, 16. Ed. Consellería de Sanidade. Xunta de Galicia. Santiago.
- Lynskey, M.T.; Heath, A.C.; Bochoz, K.; Slutske, W.; Madden, P.; Nelson, E.C.; Statham, D.J. y Martin, N. (2003). Escalation of drug use in early-onset cannabis users vs. Co-twin controls. *Journal of American Medical Association*, 289; 427-433.
- Marina, J.A. (2001). Las drogas y la inteligencia compartida, *Proyecto*, 40, 53-64
- Navarro, J. (2001). Consumo de alcohol y otras drogas y los factores de riesgo en población femenina. *Proyecto*, 37, 27-42.
- O.E.D.T. (2001). *Relatorio Annual 2001*. Observatorio Europeo de las Drogas y Toxicomanías. Lisboa.
[http:// annualreport.emcdda.org](http://annualreport.emcdda.org).
- Páez, D, Ubillos, S., Pizarro, M y León, M. (1994). Modelos de creencias de salud y de la acción razonada aplicados al caso del SIDA. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 47, 141-149.
- Páez, D. San Juan, C., Romo, I y Vergara, A. (1991). *Sida: Imagen y prevención*. Ed. Fundamentos. Madrid.
- PND. (2001) *Plan Nacional sobre Drogas*. Memoria 2001. [http:// mires/pnd](http://mires/pnd).
- Sheppard, B.H. Hartwick, J. y Warshaw, P.R. (1988). The Theory of Reasoned Action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15, 325-343.
- Stephoe, A.; Wardle, J.; Cui, W.; Baban, A.; Glass, K.; Pelzer, K.; Tsuda, A. y Vinck, J. (2002). An international comparison of tobacco smoking, beliefs and risk awareness in university students from 23 countries. *Addiction*, 97; 1561-1571.
- Zupira, X. (1999). Cuestionarios de creencias de los jóvenes sobre los efectos del alcohol. *Revista de Psiquiatría de la Facultad de Medicina de Barcelona*. 26, 1-8.