

Informe # 1

Uso de tabaco en jóvenes: exposición y vulnerabilidad en el campo de las representaciones sociales

Hugo A. Míguez

Ciudad de Buenos Aires 2004

La redacción del presente informe fue realizada por Hugo Míguez, como investigador del Programa de Epidemiología Psiquiátrica de CONICET para el Programa Vigi+a, institución que tomó a su cargo el diseño del cuestionario para la recolección de datos y la definición de la muestra utilizada. El análisis del informe se basó en el material estadístico de la encuesta escolar recogida, validada y procesada por la agencia Gallup de Argentina . Buenos Aires. Se utilizaron además otros materiales producidos nacional e internacionalmente en el tema de tabaco citándose en cada caso la fuente utilizada.

Buenos Aires , Argentina, Julio de 2003

1. Introducción	3
2. Prevención y exposición	4
3. Prevención y vulnerabilidad	15
3.1. La influencia de los grupos de pares	15
3.2. Creencia sobre el tabaco como facilitador social	19
3.3. Creencia sobre el fumar tabaco como una práctica atractiva	21
3.3. Creencia sobre la influencia del tabaco sobre el peso corporal	23
3.5. Conocimientos sobre los perjuicios del tabaquismo	26
4. Consideraciones	37

1. Introducción

El uso de sustancias adictivas como el tabaco y el alcohol se encuentra oficialmente aprobado y, como sustancias de consumo legal, forman parte de la vida cotidiana en la mayoría de las sociedades. Se trata de drogas que no producen efectos adversos notorios a corto plazo por lo que se instala la idea general de que usadas en forma moderada no pueden hacer daño ¹ y que, además, dan lugar a una industria con un papel económico importante.

En este contexto las tasas de uso actual de tabaco en la población total y población joven, según estudios de la Oficina Panamericana de la Salud, tienen una magnitud considerable dentro de la región

Tabla 1. Uso actual de tabaco en población total y población joven en América Latina, Estados Unidos y Canadá.

Fuente OPS. Oficina Central de Washington (1999): Programa de Prevención y Control del Uso de Tabaco (HPP) en base a datos provistos por los países informantes.

Subregión	País	Año del estudio	Población total		Población joven	
			Intervalo de edad	Prevalencia de uso actual	Intervalo de edad	Prevalencia de uso actual
Andina	Bolivia	1998	12-50	29,8	12-18	13,6
	Colombia	1996	12-60	18,6	12-17	4,4
	Perú	1998	12-50	27,8	12-18	13,5
	Ecuador	1995	12-49	28,3	12-15	19,3
Cono Sur	Argentina	1999	16-64	40,1	16-18	40,7
	Chile	1998	12-64	40,9	12-18	25,9
América Central	Costa Rica	1995	12-70	17,6	12-18	7,1
	Panamá	1992	12-45	14,2	15-19	5,9
México	México	1993	12-64	25,1	12-18	8,8
América del Norte	USA	1998	12 +	27,7	12-19	18,2
	Canadá	1999	15 +	25,0	15-19	28,0

La aceptación popular del uso de tabaco y su importancia económica no han impedido, sin embargo que sea también origen de un grupo muy considerable de problemas en el mundo y en la Argentina, con fuertes costos sobre la salud pública mundial. La Organización Mundial de la Salud registra 3.5 millones de muertes anuales por uso de tabaco, y estima que alcanzarán a 10 millones en el año 2030. El 70% de estas muertes ocurrirá en países en desarrollo². El Cono Sur, indica el informe³ de la OPS, es el sector de la Región con índices más elevados y en esa medida es “donde los esfuerzos de intervención, y planeamiento de políticas, desde la perspectiva de reducción de la demanda, deberían ser priorizados”. Allí se destaca la importancia de entender el tabaquismo como una conducta en la que la noción de “libre decisión” y las acciones de prevención primaria sólo funcionan en los primeros estadios de iniciación al consumo, pasando luego a instaurarse un patrón adictivo en donde la asociación a enfermedades no transmisibles se fortalece.

En acuerdo con esta caracterización el análisis de los puntos vulnerables del marco de creencias de los jóvenes así como de la “libre decisión” que pueden alcanzar, dentro de ella, es un punto clave del diseño preventivo y, en esta medida, el análisis de las representaciones y conocimientos ligados al uso de tabaco y recogidos por el estudio del Programa Vigi+a en julio de 2002 pasan a ser eje de este primer informe⁴.

2. Prevención y exposición

El primer estudio sobre uso de sustancias adictivas en niños y niñas de Argentina con alcance nacional se realizó en 1999. Los datos dieron evidencia estadística de la extensión de estos problemas en la población de 12 a 15 años de edad. En ese estudio aparecía asimismo los primeros datos vinculados al uso de sustancias adictivas legales en niños y niñas como era el caso de las bebidas alcohólicas y el tabaco. Este último, en 1999, alcanzaba a más de un cuarto de la población menor de quince años de edad residente en hogares.

Tabla 2. Prevalencia de vida en el consumo de sustancias psicoactivas en la población de 12 a 15 años de edad en la Argentina.

Valores ponderados. Fuente: ENSA/Sedronar. 1999

Sustancia	Masculino	Femenino	Total
Alcohol	69,21	57,00	62,86
Tabaco	31,03	23,93	27,34
Total Drogas Sociales	66,06	54,15	59,87
Marihuana	1,76	3,57	2,70
Clorhidrato de cocaína	1,24	...	0,59
Inhalantes	2,28	1,49	1,87
Opiáceos y anestésicos	0,11	...	0,05
Total Drogas Ilegales	3,69	3,57	3,63
Sedantes (uso no prescripto)	1,44	5,05	3,32
Estimulantes (uso no prescripto)	0,21	...	0,10
Total Medicamentos (uso no prescripto)	1,30	3,80	2,60

En octubre y noviembre del 2001 se realizó una encuesta, esta vez sobre la población de estudiantes de enseñanza media, abarcando a 31.600 alumnos de 12 a 18 años. El uso de tabaco en un año, en los estudiantes de ese momento, se extendía a un tercio de esa población.

Tabla 3. Consumo de tabaco en estudiantes de enseñanza media

Fuente: Sedronar/UBA. Noviembre 2001

Regiones	Consumo de tabaco en porcentajes	
	Últimos 12 meses	Últimos 30 días
Centro	34,0	27,3
NOA	30,6	25,2
NEA	22,0	17,1
SUR	29,6	23,5
CUYO	32,9	27,0
TOTAL	32,6	26,1

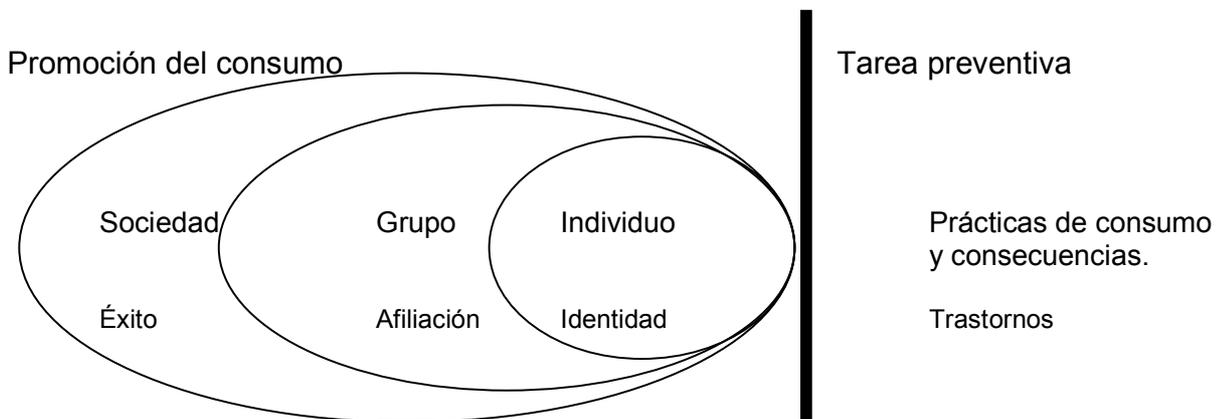
Estos resultados que muestran los alcances del tabaquismo en niños, niñas y jóvenes llevaron a la reflexión acerca de una cultura de consumo que encontraba refuerzo en una actitud social tolerante al hábito de fumar en los adultos y que se extendía hasta los más jóvenes. Esta tolerancia social, fue entendida como el desarrollo de una indiferencia creciente ante situaciones perjudiciales para la salud, expresada en un imaginario social o

sistema de creencias que, desde el campo sociocultural, normalizaba las conductas de riesgo y banalizaba sus efectos sobre la salud colectiva⁵.

Frente a esta situación la prevención de prácticas adictivas en general y del uso de tabaco en particular ha mostrado, a lo largo de las últimas décadas, una inclinación a concentrar los mensajes en el campo de las advertencias sobre las consecuencias negativas del tabaco y, en mucho menor proporción, en la desmitificación de creencias que propician la práctica de fumar.

En relación con este punto es infrecuente hallar material preventivo que tome como partida el análisis del imaginario social o del sistema de creencias de un grupo que, en un momento dado, normatiza la relación del hombre con la práctica de fumar. Es decir el estudio de las formas como los intereses comerciales influyen en la subjetividad y en las prácticas de consumo que esto determina. Significativamente este no fue el caso de los esfuerzos de quienes promocionaron el consumo en estos años. La política seguida se caracterizó por concentrar sus esfuerzos sobre las consecuencias y secuelas del tabaco a largo plazo mientras que la publicidad se dirigió al sistema de representaciones que estimulaba el uso de tabaco como parte de un estilo de vida excitante.

Ubicación de los mensajes dirigidos a la promoción del fumar o a su prevención



Como un sistema de cajas chinas, donde una contiene a la otra, la relación entre el entramado cultural de los grupos sociales y la identidad que estructura el adolescente están fuertemente vinculadas. El joven desarrolla su identidad dentro de un sistema de representaciones sociales vigentes en un momento dado para la sociedad general y que, a su vez es interpretado por los diferentes grupos sociales que le son significativos. En este proceso, la percepción de prácticas de consumo asociadas con estilos de vida atractivos son

el ámbito de la promoción del tabaco que promueve estas vinculaciones en el imaginario social con el fin de lograr la incorporación de nuevas franjas de consumidores.

“No existe una realidad objetiva. No hay hechos. No hay mejores productos. Lo único que existe en el mundo del marketing son percepciones en las mentes de los clientes actuales y potenciales. La percepción es la realidad. Todo lo demás es una ilusión... El marketing consiste en una manipulación de esas percepciones. La mayoría de los errores del marketing se deriva del supuesto de que se libra una batalla de productos enraizados en la realidad. El marketing es una batalla de percepciones, no de productos.

La ley de la percepción. Las 22 leyes inmutables del marketing. Al Ries & Jack Trout. Mc Graw Hill. España 1995.

“La naturaleza simbólica del deseo hace que pueda ser mejor “representado” por las marcas que por los productos”.

Wilensky A. La promesa de la marca. Ed. Temas. 3ª ed. Buenos Aires. 2003

De esta forma la “batalla” del tabaco (antes de que se instale como dependencia y tenga la imperiosidad del síndrome de abstinencia a la nicotina) transcurre por la venta de una percepción ligada al deporte de riesgo, de la aventura exótica o de la sensualidad del cuerpo humano y las máquinas que lo imitan. Las imágenes publicitarias actúan como un señuelo que, al igual que en el campo cinegético, tienen como función atraer e inducir al consumo mediante una vinculación falaz entre una práctica y una sustancia adictiva contraviniendo cualquier marco lógico como es el caso, de la relación entre el fumar y el deporte.

“Aristóteles habría sido un publicista muy malo. La lógica pura no es garantía de un argumento ganador. Las mentes tienden a ser emotivas, no racionales... Nuestra experiencia nos dice que las personas no saben lo que quieren (Por lo tanto ¿Para qué preguntarles?) Casi siempre las personas compran lo que creen que deberían tener. En cierta forma son como borregos que siguen al rebaño”.

Comprando lo que compran los demás. El nuevo posicionamiento Lo más reciente sobre la estrategia de negocios # 1 en el mundo. Jack Trout & Steve Rivkin. Mc Graw Hill. Mexico. 1995.

Es un ejemplo ilustrativo considerar que cuando la forma de ampliar el mercado del tabaco fue incorporar masivamente a la mujer dentro del mismo, la promoción del consumo tomó en cuenta un sistema de representaciones que los llevó a promover el tabaco como icono representante de la independencia y la modernidad hace unos 20 años atrás. En la actualidad “uno de cada diez tumores en las mujeres corresponde a un cáncer de pulmón. La tasa de mortalidad por este cáncer en la mujer se duplicó en todo el mundo en los últimos 15 años superando al cáncer de mama”⁶ indica el Servicio de Neumonología del Hospital Universitario de Estrasburgo, mientras que las estadísticas del programa de salud de Arizona señalan esta misma relación.

Tabla 4. Mortalidad femenina por cáncer de pulmón y cáncer de mama en Arizona, 1988-1999. Arizona Department of Health Service. Arizona Cancer Registry
P= Cáncer de pulmón M= Cáncer de mama

1988		1989		1990		1991		1992		1993	
P	M	P	M	P	M	P	M	P	M	P	M
602	493	674	516	744	561	773	542	807	561	816	617

1994		1995		1996		1997		1998		1999	
P	M	P	M	P	M	P	M	P	M	P	M
877	638	915	554	956	590	1012	662	1023	644	1102	657

Fuente: ADHS Health Status and Vital Statistics Program

Dados los costos sanitarios que ocasiona el fumar , técnicos de instituciones de prevención han propuesto, en talleres de trabajo con ejecutivos de la empresa tabacalera, incorporar dentro de sus mensajes publicitarios, elementos que permitan la reducción de daño. La respuesta dada a esta propuesta por el área del tabaco señaló la falta de relación entre los mensajes en sí mismos y el riesgo.

“(la compañía) entiende que no se provoca daño al diseñar una campaña publicitaria, sino que el riesgo está relacionado con el producto en sí”.⁷

Datos provenientes de talleres de reflexión juvenil, desarrollados con jóvenes en escuelas de Buenos Aires, han señalado sin embargo la fuerte referencia al uso de sustancias adictivas. Frente a la consigna de dibujar situaciones relacionadas con la adolescencia el uso de tabaco y alcohol aparecieron reiteradamente como representaciones de una cultura que los promueve en esta etapa.

Proyecto Aula. Serie de dibujos del Taller sobre "Adolescencia"⁸



Desde otra perspectiva, el estudio del Programa Vigi+a que abarcó a jóvenes de 8° EGB (12-14 años) y de 2° Polimodal (15-17 años), en julio de 2002, da información estadística sobre el registro conciente que tienen estos jóvenes del mensaje vinculado a la comercialización del tabaco que llega por distintas vías.

De esta forma, más del 90 por ciento ha visto publicidad sobre el uso de tabaco en la televisión, en los últimos 30 días anteriores a la encuesta (dentro de este grupo más de la mitad la ha visto con mucha frecuencia). Una proporción similar la ha visto por la calle en carteles publicitarios, en el mismo período. Televisión y avisos callejeros se presentan como las principales vías de llegada de mensajes sobre el tabaco que los jóvenes tienen presentes.

Tabla 5. Publicidad percibida sobre cigarrillos, en la televisión, en los últimos 30 días, en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“En los últimos 30 días, cuando miraste televisión, ¿Cuán seguido dirías que viste el nombre de una marca de cigarrillos?”*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Muchas veces	56,5	57,5
A veces	36,8	36,9
Nunca	3,6	1,9
Nunca miro TV	1,5	2,0
NS/NC	1,6	1,7
Casos	5976	5705

Tabla 6. Publicidad percibida sobre cigarrillos, en carteles de la calle, en los últimos 30 días, en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“En los últimos 30 días ¿Cuántas propagandas de marcas de cigarrillos dirías que has visto en carteles de la calle?”*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Muchas	45,8	48,8
Pocas	46,0	44,2
Ninguna	6,5	4,9
NS/NC	1,7	2,1
Casos	5976	5705

El 70% ha registrado propagandas o promociones de cigarrillo mediante la lectura de diarios y revistas y, dentro de este grupo, una cuarta parte considera que la ha visto muchas veces en el mes anterior a la encuesta. También en ese período, el 60% de los jóvenes ha visto esta propaganda en eventos deportivos, ferias, conciertos y recitales.

Los resultados muestra que televisión, carteles callejeros, diarios, revistas y eventos de concentración masiva de jóvenes contienen mensajes sobre el tabaco que han sido registrados por jóvenes de 14 a 17 años.

Tabla 7. Publicidad percibida sobre cigarrillos, en diarios y revistas, en los últimos 30 días, en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: "En los últimos 30 días. ¿Cuántas propagandas o promociones de cigarrillos dirías que has visto en diarios o revistas?"

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Muchas	25,1	25,9
Pocas	48,2	47,5
Ninguna	14,3	10,6
Nunca leo diarios y revistas	10,8	12,7
NS/NC	1,5	3,3
Casos	5976	5705

Tabla 8. Publicidad percibida sobre cigarrillos, en eventos deportivos, ferias, conciertos, recitales, etc, en los últimos 30 días, en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: "Cuándo vas a eventos deportivos, ferias, conciertos, recitales, etc. ¿Cuán seguido dirías que ves propaganda de cigarrillos?"

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Muchas	15,5	16,8
Pocas	46,4	48,3
Ninguna	22,3	17,7
Nunca asisto a esos lugares/eventos	13,3	12,6
NS/NC	2,6	4,7
Casos	5976	5705

¿Cómo interpretan los jóvenes de estas edades el destinatario de estos mensajes? Más de la mitad opina que están dirigidos a todos los grupos por igual. El 10.1 % de los jóvenes de 12 a 14 años de edad de 8°EGB se reconoce como objetivo de estas campañas, este porcentaje sube a 17,2% en los de 14 a 17 años de 2°Polimodal .

Un 30 % de los jóvenes encuestados piensa que esta mal hacer publicidad sobre cigarrillos.

Tabla 9 . Opinión sobre la población objetivo de la publicidad según alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“En tu opinión y pensando en la edad de las personas ¿Hacia quienes piensas que se dirigen las publicidades de cigarrillos?”*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
A los chicos y chicas de tu edad	10,1	17,2
A los adultos	32,7	12,8
A todos por igual	54,8	68,2
NS/NC	2,4	1,8
Casos	5976	5705

Tabla 10 . Opinión sobre la publicidad de cigarrillos según alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“¿ Te parece bien, te parece mal o te da lo mismo que se haga publicidad sobre cigarrillos?”*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Me parece bien	6,9	4,7
Me parece mal	38,2	30,5
Me da lo mismo	52,9	62,5
NS/NC	2,0	2,2
Casos	5976	5705

Los medios han diseminado una diversidad de mensajes-señuelos que asociaron el uso de tabaco con el prestigio de las máquinas de las carreras de Fórmula Uno, de la lancha o la moto de competición internacional, con la actitud imperturbable y dominante del vaquero norteamericano en un paisaje grandioso, con la potencia de una máquina de doble tracción en una expedición, con la recompensa por el dominio ejecutivo-femenino del mundo laboral, y, en general, con una variedad de escenarios y actividades estimulantes. Los jóvenes han registrado estos contenidos y han actuado en consecuencia. El tabaquismo juvenil es un hecho que puede constatarse en diferentes mediciones.

Por otra parte también se identifica con claridad la participación de las jóvenes en el mercado del tabaco incluso superando el consumo de los varones.

Tabla 11. Prevalencias del uso de tabaco en estudiantes de enseñanza media (Porcentajes)
Fuente: Sedronar/UBA. Noviembre 2001

	Prevalencia del uso de tabaco		
	Alguna vez en la vida	Últimos 12 meses	Últimos 30 días
Varones	44,6	31,0	25,1
Mujeres	46,4	34,0	27,1

En relación a los resultados según género, en julio de 2002 el estudio más reciente sobre estos temas, la Encuesta sobre Tabaquismo realizada por el Programa Vigi+a del Ministerio de Salud y Gallup de Argentina se observa la equiparación que se produce por género en el hábito de fumar en diferentes niveles de consumo.

Tabla 12. Prevalencia del uso de tabaco en estudiantes de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“Actualmente ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor tu situación personal con relación al cigarrillo?”*

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2°Poli modal	Fem.	Masc.
Fumo todos los días	23,1	22,3	23,9	35,6	35,7	35,5
Fumo al menos una vez a la semana	18,7	21,5	15,5	11,9	11,7	12,1
Fumo al menos una vez al mes	5,7	5,5	5,9	3,8	3,4	4,2
Fumo menos de una vez al mes	8,7	9,4	7,8	5,0	4,2	5,8
No fumo	43,9	41,2	46,9	43,7	45,0	42,3
Casos	2935	1536	1399	3989	2081	1908

La encuesta del Programa Vigi+a/Gallup indagó sobre los motivos que el joven cree como determinantes para comenzar a fumar. El grueso de ellos señaló “Para probar” y “Por curiosidad”. En porcentajes mucho menores se presentaron “Porque mis amigos fuman/fumaban”, seguidos en orden decreciente por “Porque en mi familia o en mi casa

fuman/fumaban”, “Porque quería aparentar”, “Porque alguien me convidó”, y por último, sólo el 0,5% tanto de 8°EGB como de 2° Polimodal adjudicó su iniciación al mensaje de la publicidad.

Tabla 13. Creencias acerca de los motivos que lo indujeron a fumar en estudiantes de 8° EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/ Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: “¿Cuál de los siguientes motivos dirías que es el principal factor por el que empezaste a fumar por primera vez?”

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
Porque mis amigos/as fumaban	11,7	11,1	12,4	8,8	6,7	11,1
Porque en mi familia/ en mi casa fuman/ fumaban	4,5	3,5	5,6	3,9	3,3	4,6
Porque quería aparentar	2,0	1,6	2,5	2,2	1,7	2,8
Para probar	43,2	44,7	41,7	42,2	43,4	40,8
Por curiosidad	23,3	24,2	22,2	27,8	31,4	24,0
Porque alguien me convidó	7,0	7,2	6,9	6,1	6,3	6,0
Por la publicidad	0,5	0,2	0,9	0,5	0,2	0,7
Otros motivos	6,0	6,6	5,3	6,9	5,7	9,3
NS/NC	1,8	1,0	2,6	1,6	1,3	1,8
Casos (base: los que probaron alguna vez un cigarrillo)	2935	1536	1399	3989	2081	1908

El reconocimiento de la publicidad como el principal factor de la iniciación en el fumar es mínimo. Un resultado paradójico sobre el consumo de una sustancia emblemática precisamente de la publicidad. Es posible que la redacción de la pregunta debería haber considerado los niveles de determinación que un joven (o cualquiera) está dispuesto a reconocer, explícitamente, a otro sobre si mismo. Hecho que guarda relación asimismo, con el propio diseño del mensaje publicitario que se distingue por su tendencia a negarse como tal de modo que la decisión sea creída como propia.

Si la venta de un producto “es la venta de su percepción” (Ries & Trout. 1995) ¿Cuánto de búsqueda de imagen puede haber detrás del 43,2 % que ha respondido “Para probar” o del

23,3% que sostiene la curiosidad?. Siguiendo “las leyes del marketing” puede esperarse que lo que se ha buscado probar o explorar no es el gusto del tabaco sino “probar” y “explorar” la imagen que se vende junto con él y que es parte de “la batalla de las percepciones”. En este sentido la baja representación que se le adjudica a la publicidad como iniciadora en el fumar parece hablar más de su fuerza que de su debilidad.

*“El poder es tolerable sólo con la condición de enmascarar una parte importante de sí mismo”
Foucault M. Historia de la sexualidad. La voluntad de saber. Siglo XXI. Madrid. 1980.*

3. Prevención y vulnerabilidad.

Nota: La encuesta del Programa Vigi+a del Ministerio de Salud se aplicó a 11.681 alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal de 239 escuelas, durante noviembre de 2001. La información fue recolectada por Gallup Argentina, mediante procedimientos descriptos en informes de consultoría⁹. La agencia aplicó un cuestionario voluntario y anónimo hecho por los técnicos del Programa Vigi+a en ese momento, quienes también definieron los criterios generales del marco muestral.

A efectos de la redacción de este informe se han tomado cinco temas para el análisis de las creencias expresadas por los estudiantes: la influencia de los grupos de pares, el papel del tabaco como facilitador social, determinaciones del tabaco sobre la imagen y el peso corporal y los conocimientos sobre los perjuicios del tabaquismo.

3.1. La influencia de los grupos de pares.

El uso de tabaco, como parte del tema de las influencias entre jóvenes, tiene como contexto la funcionalidad de los grupos que, dentro de una matriz social, dan significado a las prácticas que el joven explora, prueba y adopta o rechaza. Los lazos emocionales y la representación interna, como imagen personal y subjetiva, de las relaciones de los jóvenes entre sí y con sus objetivos hace posible, a partir de la “identidad grupal internalizada obtener su propia identidad”¹⁰.

Dentro de este endogrupo el fumar ha sido identificado como una búsqueda de experimentación de una actividad adulta que es compartida con un grupo de amigos¹¹. El

carácter “adulto” de la práctica reconoce el proceso de construcción comercial sobre el campo de las percepciones que la vinculan con diferentes roles sociales promocionados por los medios directamente (en la publicidad abierta) o indirectamente (como parte de los hábitos de los personajes de una obra ¹).

Las relaciones de identificación recíproca entre pares en las que intervienen, como parte de los códigos compartidos, usos y prácticas publicitarias, tienen un fuerte papel en la determinación por ejemplo de la adopción del uso de tabaco (Entre adolescentes de 12 a 14 años, cuando los amigos del joven fuman la probabilidad es cuatro veces mayor de convertirse en fumador ¹²). Sin embargo, en informes de empresas tabacaleras de la Argentina se señala el desconocimiento de este punto así como su peso en campañas publicitarias, para lo cual se argumenta la imposibilidad de constatación dado que los jóvenes, sostienen, no son parte de su mercado.

“(La empresa) se ve imposibilitada de constatar fehacientemente si una campaña provoca la identificación de los menores con fumadores adultos. Esto es así porque por política de la compañía, no se puede llevar a cabo ningún tipo de actividades de investigación acerca de las preferencias de los menores de 18 años”. ¹³

Sobre este tema, aquellos que pueden realizar investigación como, por ejemplo, el área de epidemiología sobre tabaco y salud de los Centers for Disease Control and Prevention – CDC- con la Encuesta Mundial sobre Tabaquismo en Jóvenes (GYTS), señalan *“De hecho una proporción importante de jóvenes fuma antes de cumplir los 18 años. Recientemente una encuesta mundial ha permitido comparar por primera vez en América latina y el Caribe, las actitudes, el conocimiento y el comportamiento de los jóvenes en lo referente al uso del tabaco...Estos datos estarán disponibles sobre el mercado clave de la industria tabacalera: los nuevos consumidores casi exclusivamente jóvenes, que reemplazarán a los fumadores que mueren o dejan de fumar, para mantener o aún aumentar las ganancias de la empresa tabacalera”¹⁴*

¹ L. Bonet Mojica. “En los EE.UU. , pese a todas las prohibiciones, sigue fumando el 26 por ciento de la población, pero en la pantalla grande lo hace el 46 por ciento”. Clarín. 16-09-2002

La respuesta del joven a la expectativa que tienen sus amigos sobre él, se expresa como una demanda social en aproximadamente seis de cada diez jóvenes encuestados por el Programa Vigi+a.

Tabla 14. Actitud frente a la expectativa de los amigos en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“Hablando en general de tus amigos y de lo que ellos esperan de vos, ¿Cuál de estas frases describe mejor tu relación con ellos?”*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Por lo general me esfuerzo por estar siempre a la altura de lo que mis amigos o amigas esperan de mi.	31,9	24,1
Por lo general, siempre que pueda o quiera hacerlo, trato de estar a la altura de lo que mis amigos o amigas esperan de mi.	32,1	39,2
Por lo general, no tengo demasiado en cuenta lo que mis amigos o amigas esperan de mi.	29,0	27,6
NS/NC	7,0	9,1
Casos	5976	5705

Frente a lo que el joven interpreta como la expectativa grupal con respecto a él se definen diferentes respuestas. Cerca de un 30% se ubica como independiente del grupo mientras el resto lo toma en cuenta con diferente matiz de intensidad. En el caso de mayor influencia del grupo casi un tercio de los de 12 a 14 años de edad refieren su esfuerzo para adaptarse a lo que esperan de él. Esta proporción disminuye a un cuarto de los mismos en el grupo de 15 a 17 años. El papel del grupo de pares y la expectativa que transmite a sus miembros sobre lo que se espera que haga es tomada en cuenta por el 60% de los estudiantes, cualquiera sea la edad.

La influencia social entre los jóvenes, tanto los que la producen como aquellos que reciben sus efectos, no es necesariamente conciente¹⁵. De cualquier forma en el grupo de jóvenes que se habían mantenido sin fumar hasta el momento que completaron la encuesta, uno de cada diez piensa que fumaría (seguro o probablemente) si la invitación viene desde su mejor amigo, mientras que dos de cada diez relativizan su condición de no fumar puestos en esa situación.

Tabla 15. Creencia sobre su posible reacción ante la invitación a fumar de un amigo en alumnos no fumadores de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *Independientemente de que ahora no fumes, si uno de tus mejores amigos te ofrece un cigarrillo ¿Lo fumarías o no?*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Definitivamente no lo fumaría	69,2	68,9
Probablemente no lo fumaría	17,2	19,3
Probablemente sí lo fumaría	8,0	8,1
Definitivamente si lo fumaría	1,5	0,5
NS/NC	4,1	3,2
Casos (Base: los que actualmente no fuman)	1289	1743

El 66,8% de los estudiantes de 12 a 14 años de 8°EGB tiene amigos importantes para él que son fumadores. A este resultado se agrega un 5,7% que indica que *todos* sus mejores amigos fuman. Unos años después, de los 15 a los 17 años de edad esta proporción sube al 79,9% y, en este caso, aquellos que tienen *todos* sus amigos fumadores agregan un 6,2%. Sólo el 12,9% de los alumnos de 2°Polimodal no tienen amigos, importantes para él, que no sean fumadores.

Tabla 16. Relación con fumadores incluidos dentro de sus mejores amigos, en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *¿Algunos de tus mejores amigos o amigas fuma cigarrillos?*

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Ninguno/a	25,9	12,9
Algunos/as	43,1	44,3
La mayoría	23,7	35,6
Todos/as	5,7	6,2
NS/NC	1,6	1,1
Casos	5976	5705

3.2. Creencia sobre el tabaco como facilitador social

El desempeño social de los jóvenes es, sin duda, un tema complejo. El “sentirse más cómodo en una fiesta” implica saberse expuesto a la mirada de los demás, a reconocerse como adolescente vulnerable. La comodidad social que aparentemente otorga una práctica estandarizada donde el perjuicio es, en lo inmediato, una abstracción, se inscribe dentro de las formas como los jóvenes pautan sus relaciones entre sí y con el resto en un ambiente social de fuerte competencia, donde los imperativos de la cultura de mercado y sus objetos atraviesan todo el tiempo sus vínculos.

Los resultados de la encuesta del Programa Vigi+a indican que la cuarta parte de los jóvenes piensa que fumar hace que una persona se sienta más cómoda en una fiesta. Esta creencia tiene una mayor fuerza entre los varones.

Tabla 17. Creencia sobre el papel facilitador del fumar en situaciones sociales en alumnos de 8° EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *¿Estas de acuerdo con la siguiente frase?: El fumar hace que la gente se sienta más cómoda cuando está en fiestas, reuniones sociales o celebraciones.*

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
De acuerdo	25,1	23,2	26,9	24,0	19,9	27,9
En desacuerdo	68,2	71,2	65,4	67,6	73,0	62,3
NS/NC	6,7	5,5	7,8	8,4	7,1	9,8
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

El uso de tabaco como de otras sustancias psicoactivas transcurre en sociedades expuestas a un alto nivel de estrés social y ansiedad. El tratado de Psiquiatría DSM IV menciona precisamente estos factores como contribuyentes al consumo continuado de tabaco. Esto, en la medida que el individuo apela también a la acción psicoactiva de la nicotina expresada en sus “efectos euforizantes y de placebo y sus propiedades reforzantes positivas similares a las de la cocaína y a las de los opiáceos”¹⁶. Como es sabido, el uso de tabaco lejos de ser una forma de resolver la ansiedad de la interacción social, alivia temporalmente a la misma

al precio de crecientes niveles de dependencia conforme avanza la repetición de su utilización. Pese a esto un cuarto de los jóvenes creen que el uso del cigarrillo en una fiesta lo identifica con modelos que exhiben su éxito en el mundo actual y por tanto facilitan su comportamiento social.

¿Porqué usabas drogas? Preguntaba una encuesta en la Argentina en 1986 a jóvenes adictos. Entre la diversidad de respuestas se contó con la respuesta del joven de diecisiete años que después de pensarlo respondió en voz baja y casi con vergüenza, “porque quería ser otro” ¹⁷.

Tabla 18. Creencia sobre el papel facilitador del fumar en situaciones sociales en alumnos no fumadores y fumadores.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *¿Estas de acuerdo con la siguiente frase? El fumar hace que la gente se sienta más cómoda cuando está en fiestas, reuniones sociales o celebraciones.*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
De acuerdo	17,2	19,1	16,0	39,2	42,3	35,5
En desacuerdo	75,4	73,3	76,8	53,0	50,1	56,4
NS/NC	7,4	7,7	7,2	7,8	7,6	8,1
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

La creencia que relaciona el fumar con la facilitación social es más fuerte cuanto mayor es el consumo, como es el caso de los fumadores diarios.

Estudios en la Ciudad de Buenos Aires en 2000¹⁸ registraron la existencia de uno de cada diez estudiantes de 13 a 15 años con adicción a la nicotina. En este caso, los datos actuales muestran que el 42,3% de los estudiantes que son fumadores diarios, expresan dependencia psicológica al tabaco. Es decir, la necesidad imperiosa de fumar con la creencia de que esto lo ayudará para aliviar tensiones ocasionadas por situaciones de exigencia social.

3.3. Creencia sobre el fumar tabaco como una práctica atractiva.

Las preguntas de la encuesta miden la actitud de los jóvenes ante el consumo de tabaco, tratando de identificar la función social e imagen del fumador. En la construcción publicitaria de la imagen del fumador han intervenido importantes recursos para tratar de establecer el uso del tabaco como una forma de despertar positivamente la atención de otro, muchas veces relacionando su uso con un comportamiento sensual. En este sentido existen algunas diferencias destacables en la percepción de ser más o menos atractivo según si el que responde tiene o no incorporado el uso del tabaco.

Dos de cada diez estudiantes de 8°EGB piensan, de manera explícita, que el fumar mejora el atractivo personal mientras que esto se mantiene para uno de cada diez en 2° Polimodal. En ambas situaciones se refuerza la creencia entre los estudiantes varones.

Tabla 19. Creencia sobre el efecto atractivo que tiene el fumar en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *¿Estas de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente frase? Los chicos y chicas que fuman resultan más atractivos que los que no fuman.*

	Total 8° EGB	Fem	Masc	Total 2° Polimodal	Fem	Masc
De acuerdo	20,7	19,7	21,7	9,7	8,4	11,0
En desacuerdo	73,8	75,7	71,9	86,9	88,8	85,1
NS/NC	5,5	4,6	6,4	3,3	2,8	3,9
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

El 19,8% de los fumadores piensa que el tabaco hace a una persona más atractiva, esto contra el 13,1% de los no fumadores. ¿Por qué una relación directa con el tabaco no contribuye a una ubicación más realista que lo reconozca en la fatiga, los dientes amarillos y la expectoración antes que en las escenas glamorosas con que se promociona?. Las imágenes publicitarias parecen tener un peso mayor que las propias consecuencias de su uso. La desventaja de éstas últimas parece residir en que no solamente se experimentan a mediano plazo sino que suelen ser disimuladas en la vida cotidiana atribuyéndolas a otros factores. En este sentido el análisis de la composición dentro del grupo de los fumadores muestra que la tendencia más fuerte se expresa en los fumadores ocasionales donde los

índices mencionados en el extremo opuesto de la atracción tendrían una menor presencia. Esto a diferencia de los fumadores diarios donde ya el uso ha llevado a sustituir el glamour por la necesidad .

Tabla 20. Creencia sobre el efecto atractivo que tiene el fumar en alumnos no fumadores y fumadores

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *¿Estas de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente frase? Los chicos y chicas que fuman resultan más atractivos que los que no fuman.*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
De acuerdo	13,1	12,4	13,6	19,8	16,0	24,3
En desacuerdo	82,5	83,8	81,6	75,6	79,5	71,1
NS/NC	4,4	3,8	4,8	4,6	4,5	4,7
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

En estos temas relacionados con la atracción personal no puede dejar de considerarse la asociación importante que se establece entre el fumar y el peso de la persona. El tema que continua ayuda a precisar el punto.

3.3. Creencia sobre la influencia del tabaco sobre el peso corporal.

La cuarta parte de los estudiantes de 8° EGB y más del 30% de los estudiantes de 2° Polimodal se inclinan por pensar que el fumar ayuda a bajar de peso, mientras que un diez por ciento no da respuesta. Si bien ambos sexos participan en la creencia, es en las mujeres donde es más fuerte la idea del tabaco como un colaborador en la reducción del peso corporal.

Tabla 21. Creencia sobre el efecto del fumar sobre el peso de la persona en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“Pensando en la relación entre el fumar y el peso de la persona que fuma. ¿Cuál de estas frases se acerca más a tu punto de vista?”*

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
Fumar hace subir de peso	4,9	3,8	6,0	2,4	1,4	3,5
Fumar ayuda a bajar de peso	25,1	28,7	21,5	30,6	34,4	27,0
Fumar no ayuda a subir ni a bajar de peso	58,8	57,9	59,6	55,0	54,7	55,4
NS/NC	11,2	9,6	12,8	11,9	9,5	14,2
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

Una cultura castigada por una estética que tiene como modelo de la esbeltez la delgadez extrema, expresa en desfiles de modelos y en diferentes promociones médicas y no médicas para conseguir un peso mínimo, ha introducido cambios en los patrones sociales de alimentación. La aparición en la clínica de adolescentes, de trastornos como la bulimia y la anorexia señalan una morbilidad directamente ligada con la promoción de estos cuerpos y figuras publicitadas.

La indagación de la encuesta sobre este punto señala que el 42,8% de las jóvenes de 15 a 17 años y el 35,5% de las de 12 a 14 años de edad, trataba de perder peso al momento de la encuesta.

Tabla 22. Comportamiento actual con relación al propio peso en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: "Actualmente ¿Estás tratando de bajar de peso, estas tratando de ganar peso o no estás tratando de cambiar tu peso?"

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
Tratando de perder peso	28,3	35,5	21,3	29,2	42,8	15,8
Tratando de ganar peso	12,6	11,7	13,5	15,1	12,9	17,3
No estoy tratando de cambiar mi peso actual	56,6	51,2	61,8	53,3	42,8	63,6
NS/NC	2,5	1,6	3,4	2,4	1,5	3,3
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

Las creencias que atribuyen al fumar un papel en la disminución del peso corporal, tiende a asociar estos dos problemas entre sí. Creando un perfil de problemas que se refuerzan significativamente entre sí.

A diferencia de otras preguntas, en este caso la creencia acerca del papel del tabaco sobre el peso del joven no se circunscribe al fumador sino que alcanza asimismo al que aún no fuma. El 23,4 % de jóvenes que nunca ha fumado piensan que hacerlo ayuda a bajar de peso.

Cabe observar que, en el grupo de los no fumadores, esta creencia alcanza 29,2% de aquellos que han dejado de fumar lo que da a esta creencia visos de mantener alguna relación con la experiencia. La relación apuntada para este grupo particular, probablemente, se encuentra vinculado con la ansiedad oral que despierta el síndrome de dependencia a la nicotina en los primeros días de abstinencia. Es decir que podría considerarse, que la creencia recoge en este caso como propiedad del fumar, lo que en realidad son los efectos ansiógenos de la privación (como si esto demostrara su papel reductor del deseo de comer) tratándose en realidad de su secuela.

Tabla 23. Creencia sobre el efecto del fumar en el peso de la persona en alumnos no fumadores y fumadores

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *Pensando en la relación entre fumar y el peso de la persona que fuma ¿Cuál de estas frases se acerca más a tu punto de vista?*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Fumar hace subir de peso	4,2	3,6	4,5	2,8	1,7	4,0
Fumar ayuda a bajar de peso	25,7	29,2	23,4	32,1	34,6	29,1
Fumar no ayuda a subir ni a bajar de peso	57,5	55,8	58,6	55,8	54,7	57,0
NS/NC	12,7	11,4	13,5	9,4	9,0	9,9
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

3.5. Conocimientos sobre los perjuicios del tabaquismo

*“Aceptamos que la concepción **popular** actual es que fumar es adictivo (esto es, **placentero**, difícil de dejar a pesar del conocimiento de que es dañino)¹⁹.
(el subrayado y negrita es nuestro).*

*“...la manifestación característica del síndrome de dependencia es el deseo (fuerte y a veces insuperable) de ingerir sustancias psicotropas, alcohol o tabaco..”
F1x.2.Síndrome de dependencia.10°Revisión de la Clasificación Internacional de Enfermedades de la Organización Mundial de la Salud. Ed. Meditor Madrid. 1992*

Recorrida la etapa de “la libre decisión” lo que pudo ser un hecho placentero es reconvertido a un consumo compulsivo y, en esos casos, la adicción o dependencia se manifiesta por la dificultad de superar los fuertes trastornos que acarrea la abstinencia a la nicotina.

Porcentajes por encima del 80% de los jóvenes encuestados, tanto de 8° EGB como de 2° Polimodal reflejan posiblemente no solo un saber o conocimiento general sino una vivencia concreta de familiares o amigos que han experimentado los costos y sufrimientos que implica superar el síndrome de dependencia o adicción al tabaco.

Tabla 24. Conocimiento acerca de la dificultad de superar la adicción en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: “En tu opinión, una vez que alguien empezó a fumar, ¿Le es difícil, bastante difícil, bastante fácil o muy fácil dejar de fumar?”

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
Muy difícil	48,0	47,5	48,4	36,4	36,4	36,4
Bastante difícil	33,6	36,2	31,0	46,3	48,3	44,3
Bastante fácil	7,2	6,1	8,3	7,3	6,2	8,3
Muy fácil	5,9	5,3	6,4	3,9	3,3	4,5
NS/NC	5,4	5,0	5,8	6,2	5,7	6,6
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

La evaluación que realizan los estudiantes acerca de la dificultad para dejar de fumar varía de acuerdo a los hábitos de fumar . El 76,1% de los jóvenes fumadores considera difícil o muy difícil dejar de fumar en contraposición con el 85,1 % de los no fumadores. El grupo de los no fumadores incluye aquellos que han dejado de fumar y que en un 81,3 % evalúan como difícil o muy difícil concretar esta decisión.

Tabla 25. Conocimiento acerca de la dificultad de superar la adicción al tabaco en alumnos no fumadores y fumadores

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *En tu opinión, una vez que alguien empezó a fumar, ¿Le es muy difícil, bastante difícil, bastante fácil o muy fácil dejar de fumar?*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Muy difícil	46,2	40,5	49,9	34,5	34,9	34,0
Bastante difícil	38,9	40,8	37,6	41,6	43,7	39,2
Bastante fácil	5,3	7,5	4,0	11,1	10,1	12,3
Muy fácil	4,1	5,2	3,4	6,4	5,0	8,0
NS/NC	5,4	6,0	5,1	6,4	6,4	6,5
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

El estudio indagó por medio de diferentes preguntas el conocimiento de los jóvenes sobre las consecuencias perjudiciales que tiene el fumar sobre la salud. Más del 90% de los jóvenes, tanto de 8° EGB como de 2° Polimodal, que responden la encuesta del Programa Vigi+a muestra tener conocimiento de las consecuencias perjudiciales que el tabaco tiene sobre la salud. Las jóvenes tienen un porcentaje algo mayor que los varones en estas respuestas.

Tabla 26. Creencia sobre los alcances perjudiciales del fumar sobre la salud en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: "En tu opinión ¿Fumar es o no perjudicial para la salud?"

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
Definitivamente no es perjudicial	5,5	3,5	7,5	3,2	2,0	4,3
Probablemente no es perjudicial	2,0	1,9	2,1	0,8	0,7	0,9
Probablemente si es perjudicial	17,6	18,0	17,2	12,0	12,9	11,1
Definitivamente si es perjudicial	73,6	75,7	71,6	83,4	84,0	82,8
NS/NC	1,3	0,9	1,6	0,6	0,3	0,9
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

Fumadores y no fumadores comparten este conocimiento aún cuando los primeros tienden a relativizar algo más la idea de perjuicio, inclinándose más por la categoría "probable" antes que "definitivamente".

Tabla 27. Creencias sobre los alcances perjudiciales sobre la salud en alumnos no fumadores y fumadores

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *En tu opinión ¿Fumar es o no perjudicial para la salud?*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Definitivamente no es perjudicial	4,2	4,7	4,0	4,7	4,5	4,9
Probablemente no es perjudicial	0,9	1,2	0,7	2,5	2,2	2,8
Probablemente si es perjudicial	11,1	11,5	10,8	22,4	22,2	22,6
Definitivamente si es perjudicial	82,9	81,6	83,8	69,4	70,0	68,6
NS/NC	0,9	1,0	0,8	1,1	1,1	1,2
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

La conciencia sobre el perjuicio del uso de tabaco se presenta también en el grupo de estudiantes cuando el 64,1% de los alumnos de 8°EGB y el 73,0% del 2° Polimodal, se muestra en desacuerdo sobre la existencia de un uso de tabaco sin daño. Mujeres y varones tienen una opinión similar.

Tabla 28. Creencias sobre la existencia de un uso de tabaco sin riesgo para la salud en alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“¿Estas de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente frase?: Fumar por 1 o 2 años y después dejar de fumar no es perjudicial para la salud.*

	Total 8° EGB	Fem.	Masc.	Total 2° Poli modal	Fem.	Masc.
De acuerdo	26,4	24,8	28,0	16,0	14,4	17,5
En desacuerdo	64,1	65,0	63,2	73,0	73,9	72,0
NS/NC	9,5	10,2	8,8	11,1	11,7	10,4
Casos	5976	2939	3037	5705	2838	2867

La creencia acerca de un posible uso no perjudicial de tabaco acotado en el tiempo encuentra más apoyo en el sector de jóvenes fumadores. El 28,3% de los que fuman apoyan esta idea contra el 17,8% de los no fumadores.

Tabla 29. Creencias sobre la existencia de un uso de tabaco sin riesgo para la salud en alumnos no fumadores y fumadores

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *¿Estas de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente frase?: Fumar por 1 o 2 años y después dejar de fumar no es perjudicial para la salud*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
De acuerdo	17,8	18,8	17,2	28,3	27,4	29,3
En desacuerdo	72,7	71,3	73,6	59,8	60,0	59,5
NS/NC	9,4	9,9	9,1	11,9	12,6	11,2
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

La idea de perjuicio fue explorada en detalle por el estudio del Programa Vigi+a. Para este fin se organizó una pregunta con diferentes trastornos producidos por el tabaco y donde cada alternativa debía ser evaluada como “verdadero-falso”.

Las tablas siguientes exploran las consecuencias sobre los dientes, la piel, el aliento, y procesos como el cáncer, cardiopatías, accidentes cerebro vasculares, y trastornos pulmonares.

Tabla 30. Juicios de “verdadero-falso” con relación al cigarrillo y su influencia en la salud de las personas según alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Tabla 30.1.a : Respuesta a la pregunta: “*Pone los dientes amarillos*”

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Verdadero	82,2	91,4
Falso	5,5	1,8
No sé	12,3	6,7
Casos	5976	5705

Tabla 30.1.b: Respuesta a la pregunta: “*Pone los dientes amarillos*” según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	86,0	90,2	83,4	88,1	89,8	86,1
Falso	3,4	2,3	4,0	4,3	4,0	4,7
No sé	10,6	7,5	12,5	7,6	6,2	9,2
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

Tabla 31.a . Respuesta a la pregunta: “*Provoca arrugas*” según opinión de alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

	Total 8°EGB	Total 2° Poli- Modal
Verdadero	12,9	15,0
Falso	39,1	30,0
No sé	48,1	55,1
Casos	5976	5705

Tabla 31.b: Respuesta a la pregunta: “*Provoca arrugas*” según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	14,1	14,2	14,1	13,4	14,8	11,8
Falso	32,0	31,1	32,6	39,8	42,0	37,3
No sé	53,8	54,7	53,3	46,8	43,2	50,9
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

Tabla 32.a : Respuesta a la pregunta: “Provoca mal aliento” según opinión de alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

	Total 8°EGB	Total 2° Poli-Modal
Verdadero	76,7	77,8
Falso	8,5	7,6
No sé	14,8	14,7
Casos	5976	5705

Tabla 32.b: Respuesta a la pregunta: “Provoca mal aliento” según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	80,2	80,8	79,8	71,2	71,2	71,2
Falso	5,3	5,4	5,3	13,5	14,3	12,5
No sé	14,5	13,8	14,9	15,3	14,5	16,2
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

Tabla 33.a: Respuesta a la pregunta: “Aumenta la posibilidad de contraer cáncer” según opinión de alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

	Total 8°EGB	Total 2° Poli-Modal
Verdadero	78,4	88,8
Falso	4,0	1,4
NS/NC	17,6	9,8
Casos	5976	5705

Tabla 33.b: Respuesta a la pregunta: “Aumenta la posibilidad de contraer cáncer” según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	83,8	86,4	82,1	83,0	85,1	80,4
Falso	2,3	1,7	2,6	3,7	3,5	4,0
No sé	14,0	11,9	15,3	13,3	11,3	15,6
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

Tabla 34.a: Respuesta a la pregunta: *“Aumenta la posibilidad de contraer enfermedades del corazón”* según opinión de alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

	Total 8°EGB	Total 2° Poli-Modal
Verdadero	62,2	63,5
Falso	8,8	5,4
No sé	29,1	31,1
Casos	5976	5705

Tabla 34.b: Respuesta a la pregunta: *“Aumenta la posibilidad de contraer enfermedades del corazón”* según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	63,7	64,1	63,5	61,0	62,6	59,1
Falso	6,7	6,3	7,0	7,9	7,5	8,4
No sé	29,5	29,6	29,5	31,1	29,9	32,5
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

Tabla 35.a: Respuesta a la pregunta: *“Aumenta la posibilidad de contraer enfermedades cerebrales”* según opinión de alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

	Total 8°EGB	Total 2° Poli-Modal
Verdadero	29,8	20,5
Falso	18,7	16,7
No sé	51,4	62,9
Casos	5976	5705

Tabla 35.b: Respuesta a la pregunta: *“Aumenta la posibilidad de contraer enfermedades cerebrales”* según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	27,4	25,7	28,5	21,0	19,3	22,9
Falso	16,3	15,3	16,9	20,6	23,2	17,6
No sé	56,3	59,0	54,6	58,4	57,5	59,5
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

Tabla 36.a: Respuesta a la pregunta: “Aumenta la posibilidad de contraer enfermedades del pulmón” según opinión de alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

	Total 8°EGB	Total 2° Poli-Modal
Verdadero	95,9	97,9
Falso	1,0	0,4
No sé	3,1	1,7
Casos	5976	5705

Tabla 36.b: Respuesta a la pregunta: “Aumenta la posibilidad de contraer enfermedades del pulmón” según opinión de alumnos no fumadores y fumadores

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Verdadero	97,2	97,3	97,2	96,2	96,6	95,9
Falso	0,6	0,5	0,6	0,9	0,8	1,0
No sé	2,2	2,2	2,2	2,9	2,6	3,1
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

La conciencia sobre los riesgos que implica el tabaco se sintetizan en la pregunta siguiente que refiere de manera directa a la posibilidad de contraer una enfermedad mortal a consecuencia de fumar. Más del 70 % de los estudiantes reconoce que el tabaco aumenta estos riesgos.

Tabla 37. Conocimiento acerca de los riesgos de contraer enfermedades mortales que implica el hábito de fumar según alumnos de 8°EGB y 2° Polimodal.

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: “En tu opinión y por lo que vos sabés ¿ Los fumadores corren más riesgos, menos riesgos o iguales riesgos que los no fumadores de sufrir enfermedades fatales que los lleven a la muerte?”

	Total 8°EGB	Total 2° Poli-Modal
Igual	14,8	16,3
Más	71,0	74,3
Menos	7,1	3,8
NS/NC	7,0	5,6
Casos	5976	5705

El 76,7% de los jóvenes no fumadores reconoce un aumento de los riesgos a contraer una enfermedad fatal por el uso de tabaco. Los fumadores lo hacen en un 64,5%. El 21,5% de ellos sostiene que el riesgo es igual que para los que no fuman.

Tabla 38. Conocimiento acerca de los riesgos de contraer enfermedades mortales que implica el hábito de fumar según alumnos no fumadores y fumadores

Fuente: Ministerio de Salud. Programa Vigi+a/Gallup Argentina. Julio 2002

Respuesta a la pregunta: *“En tu opinión y por lo que vos sabés ¿ Los fumadores corren más riesgos, menos riesgos o iguales riesgos que los no fumadores de sufrir enfermedades fatales que los lleven a la muerte?”*

	Total No fumadores	No fuman ahora	Nunca fumaron	Total Fumadores	Fumadores diarios	Fumadores ocasionales
Igual	12,6	14,1	11,7	21,5	22,9	19,9
Más	76,7	76,2	76,9	64,5	64,0	65,1
Menos	4,8	4,0	5,3	7,0	6,9	7,1
NS/NC	6,0	5,7	6,1	7,0	6,2	7,9
Casos	7789	3032	4757	3892	2099	1793

La respuesta obtenida de los estudiantes es clara. En su mayoría los jóvenes conocen que el uso de tabaco es perjudicial. Tanto aquellos que fuman como los que no. Dados estos resultados cabe preguntarse sobre las razones de la continuidad en el uso de tabaco y sobre la iniciación en él de nuevos grupos.

En relación con aquellos que son fumadores las explicaciones pueden sustentarse en los mecanismos biológicos y psicológicos de la adicción o dependencia, que hacen a una persona perdurar en una conducta que lo perjudica.

El problema más complejo para explicar se presenta en aquellos jóvenes que nunca han fumado y se inician a sabiendas de que esto le ocasionará daño. Este tema alcanza a diferentes sustancias psicoactivas legales que hoy se promocionan con diferentes advertencias sobre sus efectos dañinos.

Por un lado la educación sanitaria ha cumplido su propósito en lo que hace a diseminación de las consecuencias del tabaco en los jóvenes. Como se observa en los resultados obtenidos más del 90% de los alumnos, tanto de 8° EGB como de 2° Polimodal, que responden la encuesta del Programa Vigi+a tienen esta información.

Pero, por otro lado, el significado que tiene el uso del tabaco se encuentra en un plano diferente al del producto en sí y, por tanto, no se ve alcanzado (en lo inmediato) por una advertencia sanitaria que toma el objeto-tabaco como parte de un mundo concreto y le da respuesta desde ese lugar.

“Paradójicamente, y desde un punto de vista estratégico, mientras los productos pierden existencia tangible ganan poder intangible para crear mundos imaginarios. Liberados del universo cerrado de su existencia material, los productos adquieren una ilimitada vida simbólica a través de la marca”.

Wilensky A. La promesa de la marca. Ed. Temas. 3 ed. Buenos Aires. 2003.

Esto tiene como implicación que el objeto a tratar desde el mensaje preventivo no debería quedar restringido al tabaco como producto sino incorporar los mitos publicitarios relacionados con él. Es decir, la revisión de los elementos atractivos que configuran el señuelo como tal, a la par de destacar la peligrosidad de su real naturaleza.

Los resultados señalan que las advertencias concretas sobre los trastornos físicos no desmantelan el mito sino que advierten, en todo caso, que el precio de la imagen que se persigue tendrá un precio en la merma en la salud. Esto parece ser insuficiente como disuasor.

Por otra parte y desde un campo de una estética formal, la imagen publicitaria contradice, con ventaja en su diseño, la leyenda que advierte sobre lo dañino de su uso. Sin dejar de hacer notar, además, que la ubicación temporal que maneja uno y otro es diferente. La advertencia sobre el problema se remite al futuro, el mensaje del consumo se remite al “disfrutá” –ahora-. El confinamiento del enfisema es una amenaza muy distante de la imagen de un vaquero a caballo y es necesario un gran esfuerzo para imaginar como el problema pulmonar cortará el camino de la joven ejecutiva en el tramo de la carrera que aún no aparece en la escena, cada uno de esos trastornos ocurrirán, pero en un momento no palpable todavía, distantes del placer de la identificación *ahora*. Esto, dentro de una cultura signada por la debilitación del futuro, ante un “*tiempo atemporal*”²⁰, hace que la advertencia pierda su valor local.

El conocimiento de los jóvenes y de la población en general, de los perjuicios que ocasiona el tabaco, ha tenido consecuencias en las empresas tabacaleras de la Argentina que se preocupan por incorporar mensajes que buscan evitar la venta de tabaco a menores²¹ pero, aún está en discusión, lograr acciones más explícitas y de mayor compromiso para terminar con el tabaquismo en los menores.

- Con relación a una propuesta de Sedronar de premiar a chicos que no fumen -

*“ (La empresa) es un negocio y si deja de serlo, 600 millones de dólares no irán al fisco y 1.470 personas se quedarán sin trabajo. Es necesario desmitificar la idea de que por ser parte de un grupo multinacional, (la empresa) debe responder con creces a necesidades sociales”.*²²

Es un hecho que los costos que implica el uso de tabaco en materia de atención a la salud, desde la red pública de asistencia, superan largamente no solo la carga impositiva (destinada al apoyo de las provincias tabacaleras²³) sino también la inversión lucrativa que implica su producción (la maquinaria y el salario de los operarios).

En el futuro, es posible que conforme los costos sociales y económicos del tabaco se hagan públicos, como de hecho ocurre en los países desarrollados, aumente también la responsabilidad de las empresas no para cubrir una necesidad general sino, específicamente, para hacerlo con aquellas necesidades que determina el propio tabaco, como es el caso del tratamiento y la rehabilitación de sus usuarios, en todas las provincias del país.

4. Consideraciones.

“Las batallas de marketing se libran en un lugar sucio y feo. Un sitio oscuro y húmedo, con mucho territorio inexplorado y profundos peligros para atrapar al incauto. Las batallas de marketing se libran dentro de la mente; en la propia y en la de los clientes en perspectiva cada semana. La mente es el campo de batalla; un terreno falso y difícil de entender. Todo el campo de batalla tiene apenas quince centímetros de ancho. Allí es donde tiene lugar la guerra del marketing. El objetivo es aventajar y vencer a los competidores desde una montaña mental del tamaño aproximado de un melón pequeño.”

Un lugar sucio y feo. Marketing de guerra. Al Ries. & Jack Trout Edición revisada. McGraw Hill. España. 1986.

“La única libertad de importancia durable es la libertad de la inteligencia, es decir, la libertad de observación y de juicio respecto a propósitos que tienen un valor intrínseco.”

La naturaleza de la libertad. Experiencia y educación. John Dewey. Losada. México. 2000.

El mundo de la información actual acusa el efecto de las redes de comunicación mundial que influyen, entre otros aspectos, en la extensión de estrategias comerciales a una escala y con una rapidez que no cuenta con un registro histórico anterior. Una intensa promoción de “patterns” de consumo vinculados tanto con la alimentación o la vestimenta como con los que definen estándares de diversión y socialización caracteriza las campañas de los medios de comunicación. Durante años se incluyó en estos modelos estandarizados los que promocionaban estilos de vida ligados al uso de sustancias adictivas como es el caso del alcohol y el tabaco.

En la última década, desde los países desarrollados y desde organismos internacionales, se ha iniciado una importante campaña contra el uso de tabaco limitando la acción de su comercio y, por consiguiente, de sus estrategias de promoción. Esta decisión no encuentra un grado de avance equiparable desde los países en desarrollo que, con acciones de

educación preventiva limitadas y controles deficientes, pasan a representar un mercado seguro para la comercialización de estas sustancias.

En este contexto el perfil de las creencias que favorecen el consumo de tabaco implica tomar en cuenta la interrelación entre datos de dos dimensiones claves para el análisis, tal es el caso de la vulnerabilidad y la exposición de estas materias en un particular momento de la historia de la Argentina.

Así, durante el año 2000 la UNESCO y la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) completaron el estudio sobre comprensión de textos entre estudiantes de 15 años de edad en 41 países²⁴. La Argentina ubicada entre los últimos lugares²⁵ en esta prueba presentó solo un 2 por ciento de alumnos en condiciones de hacer una evaluación crítica de un texto. El 21 por ciento solo pudieron completar la lectura de los textos menos complejos de todos los que se dieron y apenas lograron hacer una conexión elemental entre lo que habían leído y su conocimiento cotidiano. El 23% por ciento no pudo alcanzar el tipo de lectura más básica que el programa pretendió medir. En síntesis la investigación de la UNESCO revela que el 44 por ciento de los adolescentes argentinos de 15 años tiene serios inconvenientes para comprender textos sencillos.

Es con relación a este contexto educativo donde se pone en perspectiva lo que se ha tratado aquí como vulnerabilidad psicosocial. Por un lado la vulnerabilidad para poder desarrollar el pensamiento crítico de una generación castigada por la pobreza educativa. Por otro, la exposición a una diseminación de mensajes comerciales de una riqueza audiovisual, como nunca se ha tenido antes, para exaltar el pensamiento mágico y la divinización de señuelos que llaman al consumo.

Es decir la contrapartida a los datos educacionales se encuentra en los recursos que se vuelcan al diseño y diseminación de mensajes, en una sociedad pedagógicamente debilitada para acotar los alcances de un mensaje de promoción, generalmente absurdo, pero con toda la fuerza y presencia económica necesaria para hacerlo creíble.

Entre el marketing y la educación, entre los mensajes de la educación y los de la escuela se demostró, como es sabido, que no siempre la inteligencia acompaña a los más fuertes o, también, que el desarrollo intelectual de una generación es una buena inversión productiva aunque puede no serlo en el campo del consumo. Este, quizá, sea el punto necesario de reflexión sobre el que deban tomarse las grandes decisiones en materia de prevención del tabaco y de todo el resto de las sustancias adictivas.

-
- ¹ Gossop, M. Grant, (1990) *Prevención y Control de Drogas*. OMS. Ginebra
- ² Global Youth Tobacco Survey (GYTS) WHO.CDC. (2000) *Public Health Impact*.
- ³ Organización Panamericana de la Salud (OPS), División de Promoción y Protección de la Salud (HPP). Programa de Salud Mental (HPM). Programa de Prevención y Control del Uso de Tabaco. El tabaquismo en América Latina. Junio 2000.
- ⁴ El presente informe constituye parte de una serie de cuatro que abordan aspectos vinculadas con la prevalencia, los instrumentos y la estrategia preventiva.
- ⁵ Miguez H. (2000) La tolerancia social. www.geocities.com/hugomiguez
- ⁶ Quoix E. Service de Pneumologie Lyautey, Hospitiaux Universitaire. Strasburg. Rev. Pneumol Clin. 1999.Oct;55(5):290-5. Citado por Milei, J. Usal. Cátedra de Cardiología.
- ⁷ Nobleza Piccardo. Balance social. Reporte 2001-2002. Pag. 41.
- ⁸ Baggio, C. Selección de dibujos realizados en talleres de estudiantes con el tema "Adolescencia". Proyecto Aula. 2002
- ⁹ Gallup Argentina. (Nov. 2002) Servicios de consultoría de asistencia técnica para la producción, instrumentación y ejecución de encuesta sobre hábitos tóxicos. Preparado especialmente para el Ministerio de Salud, Programa Vigía. PNUD ARG/98/003 Informe de avance N° 1-2(I – III – IV) Informe final de resultados (Anexos I al VII).
- ¹⁰ Romero R. (1996) . Grupo, Objeto y Teoría. Lugar Editorial. 4°Ed.
- ¹¹ Flay, BR. Dávernas, J. Best, J. Cigarette smoking: Why young people do it and ways of preventing it. In Mc Grath p. Firestone P. Eds. Ped. Adol. Behav. Med. Nueva York, Springer-Verlag, 1983.
- ¹² Han, G. Charlin, V. Sussman, S. et al.: (1990) "Adolescents first and most recent use situation of smokeless tobacco and cigarettes: similarities and differences, *Addict Behav.*, 15(5) , 439-448.
- ¹³ Nobleza Piccardo. Op.cit. pag 65.
- ¹⁴ Warren, W.; Riley, L.; Asma, S.; Eriksen, M.; Green, L. ; Blanton, C. ; Loo, C.; Batchelor, S.; Yach, D. (2000) Tobacco use by youth: a surveillance report from the global youth tobacco survey. Geneva. World Health Organization. En "El consumo de sustancias adictivas en las Américas. Peruga, A. ; Rincón, A.; Selin, H. Vol 14, n°2. Valencia. 2002.
- ¹⁵ Gil, F., García Sáiz, M. Los procesos de influencia social en El Grupo como Construcción Social. Ayestaran. S. Ed. Plural. España. 1996.
- ¹⁶ Hales, E. R. ; Yudofsky, S.C., Talbott, J. A. (2000). Cap. 11. Tratado de Psiquiatría DSM IV. The American Psychiatric Press. 3° edición. Masson. Barcelona.
- ¹⁷ Míguez H. (1999) Ser Otro. *Acta psiquiat. y psicol. de Amer. Lat.* 45(3): 211-222- Buenos Aires.
- ¹⁸ Miguez H. (2001). Uso de tabaco en estudiantes de 13 a 15 años de la ciudad de Buenos Aires. *Global Youth Tobacco Survey. Acta psiquiat. y psicol. de Amer. Lat.* 47(2):139-142- Buenos Aires.
- ¹⁹ Nobleza Piccardo. Op.cit. pag. 143
- ²⁰ Castell M. (2001) La orilla de la eternidad: el tiempo atemporal. La era de la información. Tomo 1. Siglo XXI . México.

²¹ Massalín Particulares en conjunto con la Unión de Kiosqueros y la Cámara de Distribuidores de Tabacos promociona posters, calcos y folletería para evitar la venta de tabaco a menores. Nobleza Piccardo consulta en la actualidad con la Facultad de Psicología de la UBA aspectos relacionados con este tema.

²² Nobleza Piccardo. Op. Cit. pag. 64

²³ Modificación de la Ley 24.625 de Creación del Impuesto de Emergencia a los Cigarrillos destinando el mismo a las Provincias Tabacaleras .ART. 1º:El producido del impuesto se destinará íntegramente a las provincias productoras de tabaco, según la proporción que surja de la cantidad producida por cada una de ellas durante el año anterior según datos oficiales, proporción que será establecida a modo de porcentajes en la ley de presupuesto de cada año.-

²⁴ UNESCO -Institute for Statistics – Literacy skills for the world of tomorrow. Further results from PISA- Executive Summary- 2000.

²⁵ Los últimos lugares en la evaluación están ocupados por un grupo de países con los resultados más bajos en esta materia. Dentro de este grupo la Argentina se ubicó en el lugar 33º, México en el 35º, Chile en el 36º, Brasil en el 37º y Perú en el último lugar, 41º.