

Juventud y Drogadicción (Prevención del Tabaquismo)

Dña. M^a Angeles Planchuelo

Médico. Especialista en Tabaquismo. Vicepresidenta de SEDET

En la actualidad en la Región Europea de la OMS, más de la cuarta parte de los adultos (30%) son consumidores de tabaco de forma regular. Esta prevalencia está aumentando en función de los siguientes parámetros: (EURO, Tercer Plan de Actuación para una Europa sin Tabaco, 1997-2001):

El sexo femenino es el que más ha incrementado su consumo. En cuanto a la edad, en 2/3 de los países, el consumo está aumentando entre los jóvenes.

Palabras clave: Educación para la Salud. Epidemiología. Jóvenes.

Hoy día el TABAQUISMO constituye una problemática socio sanitaria de primer orden solo comparable a las epidemias más dañinas conocidas, datos como que 4 millones de personas mueren cada año como consecuencia del tabaco (cifra equivalente a que 27 aviones 747 llenos de pasajeros se estrellaran cada día), y que en el año 2020 se estima que esta cifra será de 10 millones de personas (OMS, *World Health Report 1999 (Geneva: OMS, 1999)*), o que la pérdida media de años de vida para los fallecidos por el tabaco es de 16 años. (*Doll, Peto y cols, Mortalidad por Tabaquismo en los países desarrollados 1950-2000, 1.994.*), deben hacernos no solo reflexionar sino poner en marcha una estrategia de control del tabaquismo en la que se aborden de forma integral e integradora todos los parámetros que conforman esta problemática.

En la actualidad en la Región Europea de la OMS, mas de la cuarta parte de los adultos (30%), son consumidores de tabaco de forma regular. Esta

prevalencia está aumentando en función de los siguientes parámetros (*EURO, Tercer Plan de Actuación para una Europa sin Tabaco, 1997-2001.*):

- Geográficamente en 2/5 de los países de la región europea (parte central y este).
- El sexo femenino es el que más está incrementando su consumo.
- En cuanto a la edad, en 2/3 de los países el consumo esta aumentando entre los jóvenes

Epidemiológicamente se han identificado 4 fases en la epidemia tabáquica, en las que se contempla la prevalencia del consumo en hombres y mujeres, el consumo anual de cigarrillos y la mortalidad relacionada con el consumo de tabaco.

Dependiendo de la fase en la que cada región geográfica se encuentre el abordaje del tabaquismo será diferente. Así, actualmente en nuestro país las actuaciones primordiales para conseguir el control de tabaquismo deberían dirigirse a tres grupos poblacionales:

- Los no fumadores: protegiéndolos de la exposición al aire contaminado por el humo de tabaco.
- Los fumadores: ayudándoles a dejar de fumar.
- Los jóvenes (en general y a las chicas en particular): ayudándoles a que no empiecen a fumar.

La conducta de fumar se adquiere durante un largo proceso de aprendizaje que comienza prácticamente desde el nacimiento, y del que se han descrito 4 fases diferentes:

- Preparación.
- Iniciación/experimentación.
- Habitación.
- Mantenimiento/adicción.

Fase de preparación:

Tiene lugar en el intervalo temporal que cubre desde el nacimiento hasta los siete años. A través de la observación de modelos adultos fumadores, el niño va adquiriendo la información necesaria para poder llevar a cabo en un futuro este comportamiento. Si el ambiente que rodea al niño es fumador va a facilitar la adquisición del hábito.

Fase de iniciación:

Durante este período los principales factores que determinan el inicio en el consumo son la observación repetida de la conducta del adulto y la curiosidad de experimentar los efectos físicos provocados por el cigarrillo. Además el joven busca con esta conducta su aceptación dentro del grupo de iguales. En este sentido es importante destacar que el hecho de que el mejor amigo sea fumador es un importante predictor de que el adolescente se iniciará en el consumo. En esta fase también interviene la publicidad y difusión de los productos del tabaco así como la permisividad y tolerancia de las legislaciones con respecto a la elaboración, comercialización, publicidad y utilización del tabaco y, la fácil accesibilidad al mismo, tanto por el número de puestos de venta como por el relativo bajo precio de estos productos.

Fase de habituación:

Es la fase cronológica en la que se adquieren los patrones o ritmos de consumo de tabaco. La habituación se produce en una doble vertiente; por un lado la tolerancia física a los efectos producidos por el tabaco se va haciendo cada vez mayor, lo que permite al sujeto la ingesta de dosis superiores y aumentar la probabilidad de que se establezca la dependencia física a la nicotina. Por otro lado, las sensaciones agradables que de ello se derivan va a ser progresivamente asociada a situaciones del entorno cotidiano, convirtiéndose el consumo de tabaco en una conducta cada vez más generalizada.

Fase de mantenimiento:

Durante esta fase se consolida la adicción a la nicotina y si el sujeto se ve obligado a no fumar en períodos lo suficientemente largos se desencadena un cuadro típico de síndrome de abstinencia.

El fumar es en resumen, una conducta mantenida por sus consecuencias inmediatas. Así cada cigarrillo es reforzante, este refuerzo continuo a lo largo de meses y años y su asociación a determinadas situaciones, hace que su generalización sea muy acusada.

Estrategia

La inmensa mayoría de los fumadores empiezan a fumar antes de ser adultos, y varios son los factores que aumentan el riesgo del inicio y mantenimiento de los jóvenes en el hábito tabáquico: la publicidad y promoción de las compañías tabacaleras, el fácil acceso a las labores tabáquicas, los bajos precios, la presión social (grupo de iguales, ambiente familiar...).

La gravedad del problema de la juventud fumadora requiere un enfoque de conjunto que incluya acciones para reducir la oferta, es decir, la cantidad de productos derivados del tabaco a que tienen acceso los jóvenes, y reducir la

demanda, cambiando la motivación que tienen los jóvenes para consumir tabaco ya que se presenta su consumo como atractivo, aceptable y asequible.

Por estas circunstancias el abordaje de la problemática tabáquica en los jóvenes pasa por la realización de programas de educación para la salud en la escuela, la implantación de una política fiscal efectiva, la restricción de la accesibilidad al producto, y la regulación de la publicidad y promoción del tabaco.

Programas de EpS en la Escuela

Los programas de EpS deben basarse en la investigación y el reconocimiento de los condicionantes del inicio (presión social, estrategias publicitarias de la industria...) y han de procurar la adquisición de habilidades sociales para resistir las ofertas de experimentación (toma de decisiones, resistencia a la presión de grupo y cuestionamiento crítico de los mensajes publicitarios).

Es obligado recordar que la existencia de estos programas no garantiza la consecución de nuestro objetivo, pero sin embargo su dilatación en el tiempo y la participación en los mismos de los padres y los profesores disminuye el acceso al producto y modifica la percepción del hábito tabáquico.

Política Fiscal

Es conocido que el bajo precio de las labores tabáquicas favorece su accesibilidad por los grupos sociales con menos poder económico como es el caso de los adolescentes.

En nuestro país es absolutamente imprescindible abordar este punto, ya que la fiscalidad en los productos del tabaco está en la franja baja de la UE.

Restricción de la accesibilidad

Otro de los factores más importantes de inicio en el consumo del tabaco es la disponibilidad y accesibilidad del mismo. El tabaco es la droga más accesible para cualquier ciudadano, ya sea una persona adulta, joven o adolescente, tanto en lo que se refiere a la facilidad de adquisición como de consumo ya que su venta es legal en bares, restaurantes, comercios de alimentación, supermercados, hipermercados, máquinas automáticas....

Regulación de la publicidad y promoción del tabaco

La restricción o prohibición de la publicidad directa e indirecta de las labores tabáquicas es primordial en la lucha antitabáquica sobre todo en lo relacionado con evitar el inicio del hábito, ya que la publicidad está fundamentalmente dirigida a los niños y adolescentes: tipo de mensajes utilizados (deporte, aventura, libertad, delgadez...), modelos utilizados (jóvenes, atractivos, con libertad de elección, saludables, sensuales...)

La utilización de personajes claves en las películas y series televisivas desarrolladas en ambientes juveniles hacen que se produzca un ambiente socialmente favorable al consumo y sobre todo echa por tierra la credibilidad de los consejos educacionales.

Cuando la legislación es lo suficientemente restrictiva, la industria utiliza otras formas de publicidad indirecta como la promoción de viajes, prendas de vestir, complementos, apadrinamiento de actividades deportivas y musicales, donde aparecen la marca o el logotipo de marcas conocidas.

Se debe hacer especial énfasis en la publicidad dedicada a las mujeres ya que en estos momentos son un objetivo primordial de la industria.