

1.2 La postura de las empresas tabacaleras en México

En México existen tres consorcios tabacaleros internacionales: **Philip Morris México (PMM)**, **British American Tobacco México (BATM)** y **Japan Tobacco International (JTI)**. Cada uno por su parte, en su página de internet menciona su misión y, en el caso de los tres, convergen en lo siguiente: *brindar el mejor producto para el fumador adulto*.

Las empresas tabacaleras se ajustan a los lineamientos establecidos por la Ley, dando a conocer los ingredientes de los productos que ofrecen y los requisitos establecidos para el empaque de cigarrillos.

Sin embargo, JTI considera que los productos del tabaco deben regularse, que nadie debe fumar a menos que conozca los riesgos que esto implica y apoyan las regulaciones establecidas; sin embargo, dentro de su página de internet tienen un apartado de opiniones que emite la empresa sobre las regulaciones, entre las cuales destaca la opinión sobre fumar en lugares públicos y menciona que la solución no está en la prohibición, que se deben designar áreas para fumadores y no fumadores. Así mismo, no está de acuerdo con prohibir la exhibición de productos de tabaco en los lugares de venta, puesto que es un producto legal, los fabricantes compiten en un mercado legal y los consumidores tienen derecho a elegir el producto.

Cabe mencionar que, en este año 2021 **PMM** creó una plataforma llamada futurosinhumo.com.mx, en donde explica los daños que causa el cigarrillo, la importancia de productos alternativos y la importancia de su regulación. Así mismo, presenta una serie de mensajes como:

Hablemos del derecho de los fumadores adultos a contar con mejores productos

Hablemos de regular y no de prohibir

En dicha plataforma también se encuentra una carta de petición a los legisladores para regular el uso de productos alternativos de tabaco; no pide el derecho a fumar tabaco ni regular los espacios para llevar a cabo dicho hábito.

Ahora bien, dentro de los principios generales del Derecho, **legalidad** significa conforme a la ley. Y se puede interpretar en dos sentidos: el primero que atañe a la validez de los actos de los órganos del estado a lo cual se establece que éste puede hacer todo lo que le está expresamente permitido por la ley; es decir, que la ley debe establecer claramente las atribuciones de cada entidad pública, fuera de esto toda actuación de un órgano público carece de validez (se considera un abuso de autoridad). Por otro lado, para el gobernado el principio **de legalidad** se refiere a que puede hacer todo lo que no está expresamente prohibido por la ley, es decir que el marco regulatorio debe ser establecido en un sentido negativo y que fuera de este todo le está permitido realizar.

Lo anterior se establece en los principios generales del Derecho en los siguientes postulados: para el particular “todo lo que no está prohibido está permitido” y para los órganos del estado “todo lo que no está permitido está prohibido.” (Fraga, G. 2002)

Por su parte, la Ley General para el Control del Tabaco (LGCT), establece como lugares 100% libres de humo de tabaco: bares, restaurantes, instituciones educativas públicas y privadas y transporte público. Y como áreas para fumar: los lugares al aire libre y zonas exteriores de los inmuebles. (Art. 15 Ley de Prevención del Tabaquismo y de Protección ante la Exposición al humo de Tabaco en el Estado de México) Sin embargo, la LGCT no especifica si los espacios al aire libre y zonas exteriores de las instituciones educativas forman parte de la restricción, ya que en algunas áreas al aire libre la comunidad universitaria puede fumar.

1.3 El cigarro y su relato en medios de difusión

El cigarro era el cómplice, el testigo, el pretexto para iniciar la conversación en un café, restaurante, bar, parque o simplemente en la calle; era el acompañante de la conversación o bien de la soledad de un individuo.

Los hombres y mujeres que fumaban en las películas, las telenovelas o mensajes publicitarios representaban tener autoridad, eran grandes, arriesgados, aventurados, independientes, rebeldes. (Moreno 2003)

Sin embargo, con el paso de los años el hecho de disfrutar un cigarro cambió y ese acompañante, ese amigo; se convirtió en enemigo de la salud, no sólo de la propia; sino de los demás. Ahora una persona fumadora se enfrenta al momento de mirar su cajetilla con un mensaje y un pictograma que presenta el daño a la dentadura, a los pulmones o el bajo peso que provoca a un recién nacido.

De repente esas mujeres que anunciaban cigarrillos en las revistas o fumaban en las películas y los hombres vaqueros fumando se fueron desvaneciendo, desaparecieron. Y la información presentada sobre los daños que el tabaco produce a la salud y sobre todo la prohibición de fumar en los lugares habituales se hizo presente.

Sin embargo, y tal como menciona Moreno (2003), la percepción que se tiene de la información sobre las consecuencias que produce el tabaco es visto como algo lejano e improbable y sigue siendo una tendencia al comportamiento rebelde o arriesgado; inducido por el grupo de pertenencia con la finalidad de ser aceptado o reconocido por el grupo social. La valoración que recibe una conducta condiciona la probabilidad de su aparición y fumar sigue siendo una práctica tolerada socialmente en comparación del consumo de otras sustancias.

El consumo de tabaco ha sido catalogado por diversos organismos de salud como un problema de salud pública prevenible y se asocia con enfermedades carcinógenas; debido a las sustancias químicas que contienen los cigarrillos. En México, para proteger a la sociedad de los efectos nocivos del tabaco el sector salud ha desarrollado diversos programas que datan del año 1986 mismos que se han actualizado y se reforzaron debido al establecimiento de la Ley General para el Control del Tabaco 2008; sin embargo, aun cuando la población tiene información sobre los daños que provoca el tabaco su consumo no ha disminuido.

La Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco (ENCODAT) en su estudio más reciente sobre consumo de tabaco correspondiente al periodo 2016-2017 -con una muestra de 1,600 individuos por estado de la República- menciona que el consumo de tabaco en la población mexicana de 12 a 65 años se mantuvo sin cambios a través del tiempo; en un comparativo con la ENCODAT del año 2011 el consumo de tabaco en hombres adolescentes presentó un descenso de 10% a 6.7%; también refiere que el 98.4% de las personas fumadoras conocen que fumar tabaco produce enfermedades graves; 5.7 millones

de mexicanos y mexicanas piensan en dejar de fumar debido a las advertencias sanitarias con pictogramas y 4.1 millones refirieron que las advertencias evitaron que fumaran un cigarro.

Por su parte el Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias (INER) refiere que la cruzada contra el tabaquismo, no está en contra del fumador, sino que busca su colaboración con actividades que sean concordantes y no antagónicas. De igual forma, menciona que a medida que se tiene conocimiento para disminuir el consumo de tabaco el saber se transforma y ocasiona cambios con el tiempo: el proceso pasa del hábito al vicio, causa enfermedades y posteriormente se le percibe como adicción ligada a una serie de daños en el individuo y perjuicios a la población (Chávez,2004)

Respecto a lo anterior, el discurso o narrativa sobre fumar se ha transformado a lo largo de la historia y de una representación de autoridad y de aventura, a partir de los descubrimientos sobre el daño a la salud que provoca fumar y el establecimiento del CMCT, cambia la representación sobre ello y el cigarro dejó de ser amigo para convertirse en enemigo.

Ejemplo de ello es lo expuesto anteriormente por Chávez (2004) quien menciona que del proceso- o práctica- se pasa al hábito, del hábito al vicio y en el momento que este provoca enfermedades se le denomina adicción y cuando esta se hace presente, existe una serie de daños en el individuo, pero no sólo lo implican a él, ya que perjudica a la población y cuando esto ocurre se hace un reordenamiento para la convivencia entre los sujetos.

1.4 Fumar: práctica, hábito, vicio o adicción

Derivado de lo anterior, fumar es una actividad rutinaria de inhalar y exhalar vapores originados de la combustión de productos elaborados a base de tabaco, y conforme a Chávez (2004), desde el punto de vista de salud, es un proceso que pasa por fases de maduración social ya que del hábito se pasa al vicio y posteriormente a la adicción, la cual es ligada a una serie de daños para el individuo como para la población.

Al respecto y desde el punto de vista social, la práctica es definida por Reckwitz, retomado por Ariztia (2002), como una forma de conducta rutinaria compuesta por actividades corporales, actividades mentales que implican motivaciones, saberes prácticos, significados

y emociones en relación con una serie de objetos y materialidades que forman parte de la ejecución de la práctica. Es decir, la práctica es una actividad mental y corporal sobre un elemento material que implica conocimiento y significado de lo que es, lo que se hace y cómo se hace.

Con base en lo anterior y para explicar qué se hace y cómo, se puede mencionar que la práctica de fumar consiste en prender con un cerillo o encendedor un cigarrillo o puro, el cual es un elemento cilíndrico, cuyo interior está compuesto por tabaco molido, y al momento de ser encendido es apto para que el sujeto aspire el humo de tabaco, lo pase por la boca y lo exhale por la nariz sin que llegue a la tráquea, lo cual es conocido como “dar el golpe”, esta acción se repite después de cada exhalación o hasta que se consuma el cigarrillo o puro; sin embargo, las instituciones de salud mencionan que el humo puede afectar los pulmones de quienes realizan esta práctica y provocar enfermedades respiratorias. Actualmente, la Ley General para el Control del Tabaco establece que sólo se puede fumar en espacios abiertos y está expresamente prohibido fumar en instituciones educativas, restaurantes y bares.

Ahora bien, según Kelly (1982) un hábito es un modo de conducta adquirida, una reacción aprendida que tiende a repetirse y a reproducirse bajo las mismas circunstancias e implica la facilidad en la realización de una acción con una inclinación a la repetición de la misma. Y desde el punto de vista de Covey (2009) retomado por Hernández, Rodríguez, Vargas (2012) menciona que el hábito requiere de tres elementos para llevarlo a la acción: a) el conocimiento, b) las capacidades y c) el deseo.

Dicho lo anterior, la práctica de fumar está presente en las personas que saben qué y cómo es, si la llevan a cabo y la repiten continuamente se podría considerar como un hábito, es decir, las personas pueden llevarla a cabo en determinados momentos del día y en ciertas circunstancias, como puede ser, estar en un lugar abierto y no prohibido. Y, además, tienen la capacidad económica para comprar una cajetilla de cigarros, un cigarro suelto o un puro, así como el deseo y gusto por fumar.

Es por ello que se puede mencionar que la práctica y el hábito son actividades frecuentes y repetitivas, las cuales implican la relación con un objeto o situación material y un conocimiento, un significado y una emoción para su ejecución.

Desde este punto de vista, fumar implica una práctica y un hábito para quienes lo realizan; sin embargo, podrá haber personas que identifiquen qué es, en qué consiste (fumar) y aun así no fumar; no obstante, puede ser una actividad habitual para quien conozca la práctica y desee efectuarla por el significado, la motivación y la emoción en relación con el objeto, es decir; el fumar un cigarro.

Al respecto, Aristóteles menciona que el hábito es una disposición adquirida; que cuando actúa rectamente y está encaminado al bien habrá virtudes, pero si los hábitos no llevan a una actuación correcta y no están encaminados al bien; estos constituirán lo que denomina vicios.

Ahora bien, la palabra vicio proviene del latín *vitium*, que según la Real Academia Española de la Lengua (RAE) es la mala calidad, el defecto o daño físico en las cosas, o sea; la falta de rectitud o defecto moral en las acciones. Por su parte, el Colegio de México (COLMEX), menciona que vicio es el comportamiento o hábito de obrar mal en contra de la virtud, una conducta que se arraiga en alguien de modo que sea difícil de evitar aun cuando esta le provoque daño.

¿Fumar puede ser considerado un vicio? Con base en lo expuesto por la Secretaría de Salud (2020) la inhalación del humo de tabaco puede provocar diversas enfermedades, como: problemas cardíacos, diversos tipos de cáncer o enfermedades pulmonares. Por lo que, si una persona tiene el *hábito* de fumar, de acuerdo con la definición anterior de vicio, puede estar incurriendo en un daño físico propio a sus pulmones y, así mismo, puede estar llevando una acción que daña a otras personas por medio del humo de tabaco que expide. Además, puede ser posible que quienes fuman eviten hacerlo aun si son conscientes o estén informados sobre el daño que provoca el humo del tabaco.

De acuerdo con el sociólogo Lamo de Espinosa (1988):

El vicio es una conducta denigrante y degradada, más que antisocial o inmoral, la cual es reprobable [...] la conducta del vicioso repugna y produce el máximo de reacción social contraria. [...] La conducta denigrante – el vicio- atrae, fascina al objeto de deseo, se caracteriza por ser un comportamiento que produce placer o satisfacción y sólo busca el placer a sí mismo y no va más allá. (p.8)

Desde este punto de vista, el vicio es una conducta repetitiva ejecutada por un sujeto sobre un objeto que le es atractivo, la cual le provoca placer realizarla sólo por el hecho de la satisfacción que le brinda, sin tomar en cuenta el daño que pueda provocarle y que genera un rechazo social.

Así mismo, Lamo de Espinosa (1988) menciona que el vicio no solo implica rechazo social, sino también estigmatización e inclusive marginación a aquellos que ejecutan determinada conducta y aun cuando el sujeto la oculte o la dosifique y cumpla con sus deberes, la reacción de rechazo no será sobre su conducta sino sobre él mismo.

Por lo tanto, en cuanto una conducta sea aceptada o rechazada por el grupo social (cosa que dependerá de los efectos, que causa la ejecución de dicha conducta: si el efecto de la conducta es daño o degradación al sujeto, por ejemplo) la sociedad podrá clasificarla como vicio.

Cabe mencionar que los organismos gubernamentales y de salud, específicamente, no hacen referencia a la palabra vicio ya que consideran al consumo de tabaco como un problema de salud llamado tabaquismo el cual es referido como adicción.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la adicción como el consumo repetido de una o varias sustancias psicoactivas de forma continua, el adicto muestra un deseo compulsivo de consumir la sustancia (o las sustancias) preferida y tiene dificultad para interrumpir voluntariamente o modificar el consumo de la sustancia. El término adicción conlleva también el sentido de que el consumo de la sustancia tiene un efecto perjudicial, es decir, que puede provocar un cambio en las funciones fisiológicas o de las células que provocan problemas de salud para la sociedad y para la persona.

Dicho lo anterior, fumar desde el punto de vista de salud puede ser considerado como una conducta adictiva; mientras que desde el punto de vista sociológico puede ser considerado como vicio.

Con base en lo anterior, la adicción es un deseo de consumo que difícilmente se puede dejar de forma voluntaria, lo cual provoca un daño individual, es decir, provoca un daño a la

salud. Y en el caso de fumar cuando existe una adicción el problema de salud es denominado como tabaquismo.

El tabaquismo es definido por la OMS “como un problema de salud pública de importancia internacional, es la causa singular de mortalidad más prevenible en el mundo y mata hasta la mitad de quienes lo consumen” (Organización Panamericana de la Salud)

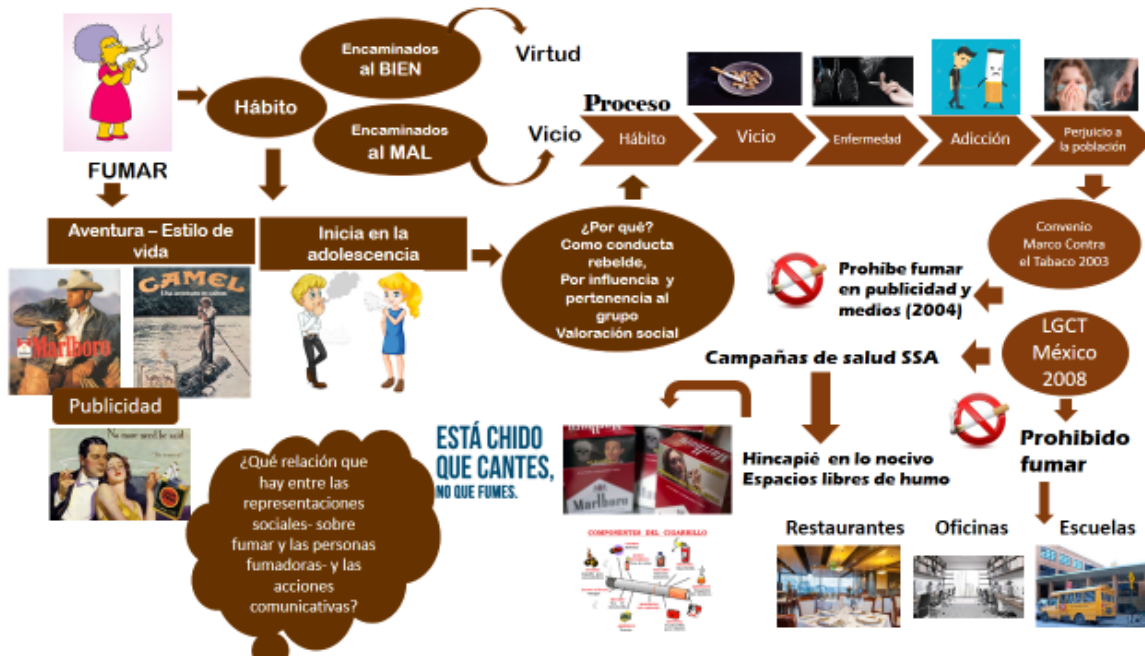
Al respecto Chávez (2004):

El tabaquismo es susceptible de cambiar con la intervención masiva o la suma de intervenciones de menor escala en la población [...] La intervención social cuenta con apoyo y hay mucho adelantado. Se tiene un cuerpo de evidencias que relaciona la conducta de las personas individualmente con el medio social. El abordaje social abre la esperanza de un mejor impacto de intervención basado en el convencimiento individual para la mayoría. Por este camino, la presión social de la reglamentación se hace más humana, no deja de ser mejor el uso de la razón que por la fuerza. (p.213.)

Es decir, el tabaquismo pudiera tener mayor efecto en su disminución, sí, a través de la razón por medio de la información, pero sobre todo por el de la **presión social** ejercida a nivel individual para tener mejor resultado.

Ahora bien, la investigación realizada por el Instituto Nacional de Psiquiatría (2000) menciona que para estudiar las razones por las que la gente fuma o no, deben explorarse en el ámbito social en interacción con los otros, por medio de la opinión de la gente, porque es aquí donde surgen, se intercambian las ideas y conceptos relacionados con el hábito de fumar. Las relaciones e interacciones sociales dan sentido y significado a las representaciones, y viceversa.

Mapa socio histórico sobre fumar y los fumadores



Fuente: Elaboración propia con información de Moreno (2003) y Chávez (2004)

El esquema puede explicarse de la siguiente manera:

Fumar es una práctica que consiste en inhalar y exhalar el humo de un producto derivado de la combustión del tabaco y existen personas que realizan dicha práctica que la convierten en un hábito. Un hábito es la repetición constante de una acción o conducta que implica la relación con un objeto o situación material y un conocimiento, un significado y una emoción para su ejecución; por lo que fumar es un hábito, que implica saber la práctica de fumar, que conlleva a la repetición de su acción, un significado y una emoción cada vez que se realiza.

El hábito de fumar era representado en el cine, la televisión y la publicidad como un estilo de vida, sinónimo de elegancia y aventura, como algo normal. Pero debido al resultado de las investigaciones sobre los daños que provoca el fumar las instituciones de salud empezaron a establecer lineamientos para su consumo.

Sin embargo, un hábito que apela al bien es una virtud, pero si ese hábito no lleva a una acción correcta, es decir, no está encaminada al bien, será un vicio, el cual es un daño a la virtud, a uno mismo y origina una conducta que se arraiga en alguien de modo que es difícil

de evitar aun cuando esta le provoque daño. Cuestión por la cual el fumar, al ser algo dañino para la salud, es considerado como un vicio.

Ahora bien, desde el punto de vista de salud el término “vicio” se adecua por adicción y enfermedad; es decir, la adicción es el requerimiento que hace el cuerpo sobre determinada sustancia a la cual está acostumbrado, al momento de no poder controlar su consumo se convierte en enfermedad. Así mismo, si esa adicción personal daña a terceras personas puede derivar en un problema social el cual debe ordenarse.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) a través del Convenio Marco Contra el Tabaco (CMCT) estableció el orden respecto al consumo de tabaco, debido a los daños que provoca a la salud, y establece como parte de sus lineamientos el eliminar la publicidad del tabaco y eliminación de personajes fumando. En México y como parte de la firma de dicho convenio, estableció la Ley General para el Control del Tabaco (LGCT), la cual establece que está prohibido fumar en lugares cerrados, instituciones públicas y escuelas.

Los estudios realizados hasta el momento sobre el consumo de tabaco o fumar, generalmente están centrados en el hecho del aumento o disminución del mismo, y los daños que provoca, dentro de un aspecto de salud. Pero es escasa la información sobre la valoración social de las personas fumadoras por parte de las y los estudiantes de licenciatura.

Es importante identificar qué representa fumar para la comunidad universitaria, cómo se ven quienes fuman y no, ya que los significados que otros tienen respecto a ciertas prácticas sociales pueden intervenir el qué dicen, cómo lo dicen y de qué forma repercute en su comunicación interpersonal.

Ante la implementación la LGCT en México, los mensajes de los pictogramas, la ausencia de publicidad y los diversos discursos emitidos de forma institucional pueden haber provocado un cambio en las representaciones sociales respecto a las personas fumadoras y el consumo de tabaco, de ser una práctica socialmente aceptada a una práctica no aceptada; ya que las y los ahora estudiantes universitarios tal vez recibieron información relacionada a los daños que provoca fumar, los mensajes de prevención, la eliminación de publicidad de

los productos del tabaco, pero ¿Qué relación hay entre las representaciones sociales- sobre fumar y las personas fumadoras- y las acciones comunicativas de estudiantes de licenciatura?

La información obtenida de esta investigación servirá para documentar qué ideas, valores, comportamientos, opiniones, creencias y acciones comunicativas sobre fumar y quienes fuman o no tienen los universitarios que fuman y no.

Para tal efecto, en el capítulo siguiente, es necesario identificar qué son las representaciones sociales, cómo surgen y el papel que juega la comunicación en ellas.

2. Representaciones sociales y acciones comunicativas

El siguiente capítulo tiene como propósito conceptualizar las representaciones sociales a partir de la teoría realizada por Moscovici (1979), así como, las aportaciones y explicaciones realizadas por Abric (2001) para comprender qué son las representaciones sociales, cómo se gestan, se difunden y determinan ciertas prácticas sociales, así como su función en la vida de los sujetos de una comunidad determinada. Así mismo, se muestra el papel que desempeñan la cultura y la comunicación, desde el punto de vista de Giménez (2005,2011) y Martín- Serrano (1986, 2004 ,2007), en la construcción y difusión de las representaciones sociales; y cómo se hacen presentes en las acciones comunicativas.

2.1 Representaciones Sociales

Moscovici (1979) se centró en el estudio del pensamiento social (conocimiento del sentido común) para indagar cómo se construye psicosociológicamente la realidad social y cómo las personas son construidas en esta. Este estudio realizado en 1961 fue el origen de la Teoría de las Representaciones Sociales.

Las representaciones sociales son definidas como un conjunto de **valores, ideas y comportamientos** con una carga de significados que implican creencias, opiniones y actitudes respecto a un objeto social y conforman un código para nombrar y clasificar, del mismo modo, los diferentes aspectos del mundo.

Dando como resultado un conocimiento que los sujetos emplean en su vida cotidiana con la finalidad de entender y explicar la realidad; justificar posturas y comportamientos; establecer un orden y una regulación de conductas deseables y admitidas que oriente las relaciones de los sujetos con el medio, para asegurar la identidad y la comunicación del grupo.

Convirtiéndose así, tal como menciona Jodelet (1986) retomada por Abric (2001) en “una forma de conocimiento elaborado socialmente, compartido con un objetivo práctico que concurre a la construcción de una realidad común para un conjunto social.” (p.5)

Sin embargo, retomando las ideas expuestas por Abric (2001), una representación social no es sólo un proceso mental sino también un proceso socio cognitivo que se pone en práctica

y que está en relación con prácticas y relaciones con las que el individuo o grupo enfrenta la realidad, le otorga un significado y a través de esta interpretación orienta sus acciones, su comportamiento, sus relaciones sociales y determinan un conjunto de anticipaciones y expectativas.

Cabe señalar que no toda idea, creencia o valor respecto a algo es un objeto social ni conforma una representación social. Abric (2001) al respecto, menciona que una representación es la representación de algo para alguien y explica que un objeto por sí mismo no existe, sino que es y existe para el sujeto y para su grupo con base en la relación que tiene con él.

Por lo que hay que aclarar que un objeto social puede ser un hecho, acontecimiento, situación o inclusive persona, lugar u objeto como tal; inmerso en un contexto activo de un sujeto o grupo y que se manifiesta en su comportamiento, actitudes o normas.

¿Pero cómo se valora o se dota de significado a un objeto social para que se organicen determinados comportamientos y sean aplicables para todos?

Flament (1987,1989) citado por Abric (2001) explica que la representación social es un conjunto de conocimientos: descriptivos y prescriptivos. Los cuales aparecen a través de elementos discursivos en un contexto social determinado; estos conocimientos son el conjunto de información y mensajes que se generan respecto al objeto y formarán parte de cogniciones objetivas compartidas por un grupo homogéneo dentro un contexto social y por el cual se formula o se descubre una representación.

Los conocimientos descriptivos son los que definen características del objeto social, es decir, el qué es, cómo es. Y los conocimientos prescriptivos son el conjunto de información y mensajes sobre lo que se tiene que saber y la conducta que le corresponde. Conformando así los principios organizadores que determinarán los comportamientos o prácticas de un grupo.

Ambos conocimientos se dan a conocer a través de la cultura, la comunicación social y la acción social con la finalidad de una búsqueda de identidad y que opere para todos. Sin embargo, cabe destacar que la comunicación es el soporte de la cultura y sirve para la manifestación de los valores, pautas de comportamiento, formas de identidad y de relación, sin ser solamente la difusión y recepción de información o datos.

2.2 La cultura, las representaciones sociales y la comunicación

Al respecto, Giménez desde una perspectiva social antropológica, basándose en una visión cultural, coincide con Martín -Serrano (2007) en que la comunicación es el proceso por el cual dos agentes interactúan, intercambian ideas, cubren necesidades, se organizan, se reconocen. En el cual no sólo transmiten mensajes sino también su cultura, su identidad y un tipo de relación social que los entrelaza, con todos los aspectos que conlleva la convivencia humana. (Giménez 2005, p. 118)

La cultura para Giménez (2005) es el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad, una forma de organización social de sentido y pautas de significados “históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, por las cuales los individuos se comunican entre sí, comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (Giménez, p.118)

De aquí se desprenden dos formas de cultura: cultura objetivada y cultura interiorizada.

Cuando el grupo social comparte, conoce e identifica información y conceptos que se tienen de acontecimientos, objetos, fenómenos, prácticas o personas se habla de **cultura objetivada**, la cual se transmite a través de la comunicación y ofrece significados, sentidos, identidad y orden a un grupo social que todos siguen y comprenden.

Por lo que los conocimientos descriptivos y prescriptivos se gestan y se difunden a través de la cultura y la comunicación; formando así, parte de la cultura objetivada ya que menciona qué es y cómo es el objeto social y cómo se debe actuar, comportarse ante este.

Ahora bien, las personas al recibir esa información que es sabida o conocida por todos realizan abstracciones de ella y conforman un conjunto de ideas, creencias, actitudes, conocimientos sobre esos acontecimientos, fenómenos, prácticas, objetos o personas; las cuales son las formas internalizadas de la cultura o representaciones sociales, resultado de una interiorización selectiva y jerarquizada sobre pautas de significado por parte de los actores sociales dependiendo del grupo o grupos sociales a los cuales pertenecen y es a lo que refiere Giménez(2005) como **cultura interiorizada**.

En esta interacción sujeto- objeto- sociedad no sólo interviene un sujeto sino varios, denominados por Moscovici (1991), retomado por Araya (2002) como *alter*, él o los otros que representan a la sociedad y la cultura, quienes mantendrán relación en interacción tanto con el objeto como con el sujeto. Donde *alter* es el mediador y determina al objeto y este vínculo de carácter social se denomina como *realidad objetiva*, la cual es representada, apropiada, introyectada por el grupo y reconstruida en el sistema cognitivo-relacional con base al conjunto de valores históricos, ideológicos o del contexto social que le rodean; de modo que constituye la realidad misma.

Al respecto, Jodelet (2008) retomada por Abric (2001) menciona que también el sujeto no es un individuo aislado; sino social, que interioriza, se apropia e interviene en la construcción de la representación y bajo este aspecto, *sujeto* se refiere tanto a individuos inmersos como a personas que participan de forma activa en los contextos sociales, así como a grupos, comunidades y conjuntos definidos por una categoría y que conforman a *ego*, es decir, personas que reciben la representación o determinación social emitida por *alter*.

Sin embargo, Abric (2001) refiere que “la representación no es la representación de la realidad sino una organización de significantes (p.6)”. Los cuales dependerán de la situación, el contexto social e ideológico, la finalidad de la situación, la posición del individuo y del grupo en la sociedad y los desafíos sociales.

Respecto a lo anterior, los representantes de la sociedad, de la cultura o grupo (*alter*) determinan ciertos significantes a los objetos sociales conformando así una realidad, difundida a través de la comunicación; esta será conocida y absorbida por los integrantes de la sociedad o grupo social para convertirse en guía de sus acciones, comportamientos y las relaciones sociales. Convirtiéndose así en un conocimiento de sentido común, pautas de significado y en pautas de comportamiento.

Cabe mencionar que cuando las ideas y saberes de un objeto social son abstractos y/o extraños, es decir, no tangibles, lo que ocurre es el proceso de la objetivación y el anclaje. La *objetivación* es el proceso en el que se transforman los conceptos abstractos en experiencias o elementos concretos.

Jodelet (1984) retomada por Araya (2002) explica que la primera fase de la objetivación es la *construcción selectiva*. En la cual los individuos reciben la misma información, cada uno la procesa de diferente manera y retiene selectivamente aquellos elementos que concuerdan con el sistema de valores. Posteriormente, surge la segunda fase: *el esquema figurativo*; en la cual se configura una imagen concreta y coherente de la idea o concepto a objetivar, lo cual permite que los individuos lo comprendan, comprendan las cosas, a los demás, a sí mismos y lo vean de forma natural. Y por último la fase de *naturalización*, donde ya no sólo se cuenta con la información del objeto, sino que le corresponde una imagen para explicarlo y vivir con él de modo que forman parte de la realidad cotidiana.

Por otra parte, el *anclaje* es el proceso en el cual a lo extraño se le otorga en una serie de significaciones o categorías, lo cual ocurre insertando la representación social en un marco de referencia ya conocido, preexistente y como herramienta de comunicación y comprensión que forma parte de la dinámica social.

Ahora bien, Flament (1989) retomado por Abric (2001) menciona que una representación social funcionará si las prescripciones son ineludibles y homogéneas de modo que determinarán las prácticas. Y define las prácticas como “comportamientos globales que evolucionan para adaptarse a los cambios de circunstancias externas (p. 23)”.

Complementando lo anterior, es necesario que la población las absorba para que esas prácticas se transformen ya que ese conjunto de prescripciones señala instrucciones, recomendaciones e indicaciones frente a una situación particular y describen las formas en las cuales se puede manifestar una conducta en un hecho concreto. Por lo que hay que tomar en cuenta que partes de una población (individuos o sub- poblaciones) que se encuentren en situaciones o condiciones diferentes tendrán prácticas y discursos diferentes.

Al respecto, Leroi- Gourhan (1945) retomado por Abric (2001) menciona que las prácticas son determinantes para el cambio de las representaciones sociales. Apoyando lo anterior, Flament (1989) retomado por Abric (2001) menciona que “las prácticas son la principal fuente, si no la única, de la transformación de las representaciones sociales (p.38)”

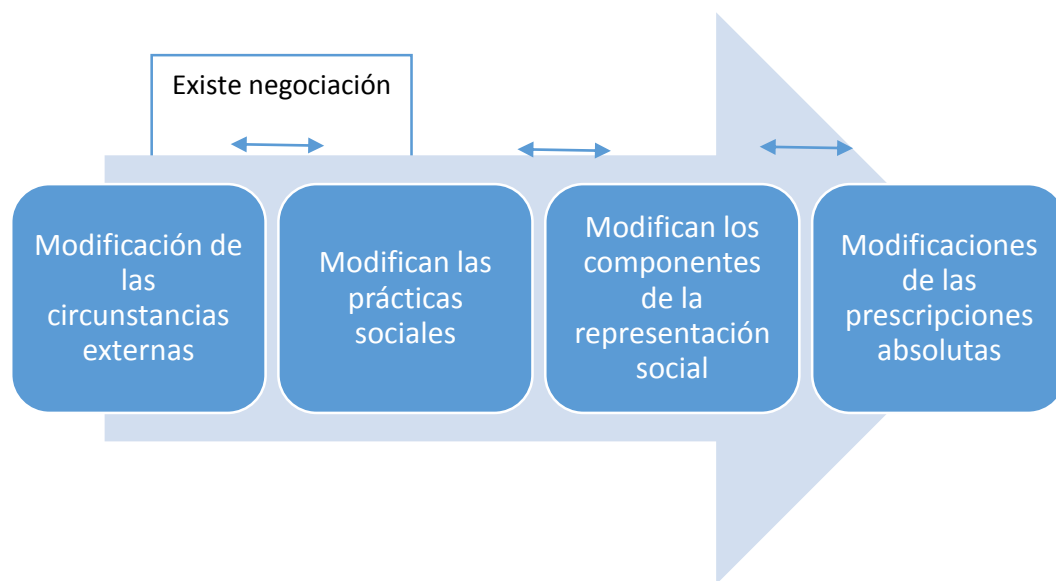
Con base en lo anterior, se puede decir que una población homogénea recibe una representación de un objeto social a través de la prescripción y la descripción, la cual

determina una forma de comportamiento ante el objeto en una situación particular; ese conocimiento es compartido por el grupo; sin embargo, este último de acuerdo al contexto, experiencia o situación adecuará su práctica respecto a la prescripción determinada y realizará una representación del objeto.

Cabe señalar que las representaciones sociales cambian y se manifiestan en desplazamientos de significados y estos surgen cuando se presenta una novedad introducida y difundida; cuando se apropia de elementos culturales ajenos para someterlos a intereses u objetivos propios; cuando hay una transferencia de significados de una práctica, de un lugar, de un símbolo o un texto a otras prácticas, lugares, símbolos y textos. (Giménez 2005, p.82)

Por lo que cambia el significado de una práctica cuando se presenta una novedad, una nueva pauta cultural; la cual se introduce, se difunde, se comunica, genera un orden social y se hace presente en las acciones comunicativas entre los agentes sociales.

Para explicar la transformación de las representaciones sociales o las formas interiorizadas de la cultura, Giménez (2005) expone el esquema de la estructura, dinámica y transformación de las representaciones sociales desarrollado por Flament (citado por Abric, 1994) y lo explica de la siguiente manera:



Fuente: elaboración propia con base en información de Serrano (2020), Flament citado por Abric (1994, p.37-57)

Al respecto, Guimelli (1989) menciona que la transformación de una representación social es “progresiva, sin ruptura y sin fenómeno dispersivo” (p.39) y las circunstancias externas, ajenas al objeto, la transforman.

En este tenor, cabe resaltar que la Dra. Eréndira Serrano Oswald, durante el curso de Representaciones Sociales desarrollado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (2020), mencionó que esta modificación no es lineal, sino que existe una negociación que es más dinámica, más en espiral... no es de un punto a otro, sino que existe un proceso de negociación; por ejemplo, entre las circunstancias externas y las prácticas sociales; entre las prácticas sociales y los componentes de la representación. Por lo que la modificación es paulatina.

Por lo que, como se mencionó anteriormente, las representaciones sociales son determinadas en un contexto determinado por los representantes de la sociedad, cultura o grupo, se difunden a través de la comunicación, conforman guías de acción y llegan a los integrantes del grupo y son conocidas por ellos; sin embargo, estos últimos realizan una abstracción y jerarquización de la representación, del objeto y su significado; se convierte en un conocimiento globalizado y una guía de acción para ese grupo. Sin embargo, como menciona Abric (2001) representarán y serán significantes de acuerdo a su posición dentro del grupo y a la experiencia que tengan con el objeto y asume su determinación propia, adecúa su comportamiento, su conducta, pero al mismo tiempo toma una posición respecto a ella.

Las tomas de posición, expuestas por Doise (1985), se refieren a las actitudes, evaluaciones, opiniones y conductas que realiza el sujeto sobre los principios organizadores o prescriptores del objeto y que organizan su proceso simbólico y determinarán sus relaciones sociales. Al efectuarse este proceso surge una diferenciación categorial, la cual sería las personas que aceptan y no la representación y donde ambos tomarán una posición respecto a la nueva práctica y/o prescripción; ya que por experiencia, contexto o relación con el objeto no todos los sujetos convergen con ella y esto será determinante en su relación con los otros, con el objeto de representación y con sus prácticas.

Respecto a lo anterior Beauvois y Jule (1981) retomado por Abric (2001) mencionan que una representación no es un saber ni una creencia respecto a algo que lleva a determinada

conducta, sino lo que determina una representación será el tipo de amenazas, la remuneración o consecuencias de una conducta. Ante esto, el ser humano acata las conductas de sumisión impuestas por el marco institucional, y ejerce su libertad al momento que las racionaliza de acuerdo a las “circunstancias” tomando en cuenta el costo de su conducta y su responsabilidad como actor social. Por lo que según/ retomando a Abric (2001) las prácticas son las que crean las representaciones y no a la inversa.

Sobre este último punto Rubira y Puebla (2018) mencionan que las representaciones sociales son el enlace entre el saber y el hacer, entre la cognición y acción, entre el sujeto y objeto. Y que en medio de las interacciones surge una significación en torno a ellas que el sujeto deberá tomar en cuenta ya que el sujeto es un agente activo en la configuración de las representaciones sociales, así como lo son el contexto y los objetos de conocimiento. (p.152).

Al respecto Mardellart (1990) retomado por Abric (2001) menciona que los sujetos consideran su relación con el mundo exterior como consigo mismos a través las representaciones sociales, ya que se filtran y se tratan las informaciones que les llegan para comportarse y justificar sus actos cuando se analiza la representación social.

Las representaciones sociales permiten entender las interacciones, las dinámicas y qué factores determinan ciertas prácticas sociales, ya que como menciona Abric (2001) el discurso, las prácticas y las representaciones se generan mutuamente. Son determinaciones con aspectos que se imponen o se buscan imponer por la cultura, las instituciones (familia, escuela, etc.) que van a orientar el comportamiento de las personas a nivel general y darán identidad. Aunque los sujetos tomarán lo que le corresponde, con base a su contexto, experiencia, papel que desempeñan, es decir, según sus circunstancias; donde cada uno es libre de elegir qué toma de esas representaciones sociales y configura su propia representación para ponerla en práctica aun cuando se está inmerso en la sociedad.

2.3 Las acciones comunicativas

Ahora bien, las representaciones sociales tienen un vínculo importante con la comunicación y al respecto Martín-Serrano (2004) señala que “la comunicación no es posible sin la participación de las representaciones (p.32)”.

Así mismo menciona que el cambio o permanencia de una sociedad se da a través de una faceta de la comunicación social, es decir por medio de la comunicación pública quien difunde relatos o narraciones a la sociedad.

Los relatos son definidos por el autor como una interpretación de lo que ocurre en el entorno, así como una interpretación del mismo el cual deriva de otras interpretaciones; de forma que se convierten en relatos- interpretaciones de la realidad.

Martín- Serrano (2004)

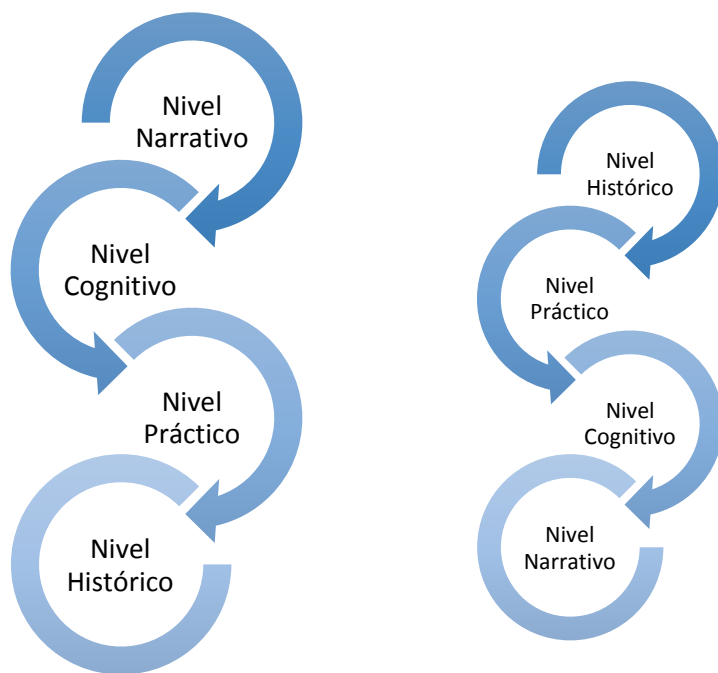
“Las representaciones- visiones del mundo, explícitas o implícitas en los relatos articulan los sucesos del entorno con las creencias de los sujetos y los comportamientos colectivos, de manera que el relato es la materia prima de la comunicación pública, es una mediación entre el acontecer, los valores y la acción sociales”. (p.154).

Con base en lo anterior los relatos- narraciones ofrecen una realidad y conforman la visión respecto a un objeto social -suceso del entorno- es decir, lo representan, le dan forma; pero para que sean efectivos (entendidos y aceptados) es necesario que estos apelen o converjan con las creencias y comportamientos de un grupo social. Por lo que el relato- narración se convierte en el vehículo para dar a conocer el acontecimiento, cómo es valorado y cómo se espera que la gente actúe respecto a él.

(Al respecto, cabe mencionar que lo expuesto por Martín- Serrano, es uno de los primeros puntos de convergencia con las representaciones sociales.)

Ahora bien, Martín- Serrano (1986) señala que la comunicación pública reproduce el sistema social vigente e introduce nuevos valores y pautas de comportamiento, reproduce lo útil y conocido y de igual forma produce nuevas pautas. De modo que se convierte en una práctica enculturizadora que actuará en la forma en que los sujetos ven y viven su entorno.

Sin embargo, explica que este proceso no es lineal y que se presentan diferentes niveles que surgen desde la innovación que presenta el relato hasta el cambio social y lo explica de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración propia con base al esquema de Martín- Serrano (1986, p.49)

Martín- Serrano (1986):

1. Nivel Narrativo: la comunicación pública propone una determinada visión de la realidad a través del relato- narración difundido en un medio de comunicación.
2. Nivel Cognitivo: el actor social interioriza la visión del mundo propuesta a través del relato, la hace suya.
3. Nivel Práctico: una vez interiorizada, incidirá y se efectuará a través de las prácticas
4. Nivel Histórico: si las prácticas del actor social causan un efecto importante, habrá un cambio social.

Así mismo, Martín- Serrano (2004) destaca que el proceso puede darse a la inversa ya que en un determinado contexto histórico pueden formularse prescripciones a los actores sociales y se verán inmersas en sus prácticas, las cuales implican una determinada visión de la realidad o el mundo presente en el relato en el cual se encuentra esa nueva configuración social. Ya sea un proceso u otro este cambio histórico- social no se da inmediatamente.

Como se mencionó en el capítulo anterior, las representaciones sociales tienen un vínculo importante con la comunicación y al respecto Martín-Serrano (2004) señala que “la comunicación no es posible sin la participación de las representaciones (p.154)”.

Para el autor, las representaciones sociales son propuestas de interpretación sobre lo que existe u ocurre en el entorno y que hacen referencia a determinados temas, ofrecen datos y sugieren evaluaciones en lugar de otras posibles; haciendo una representación de la realidad. Dichas propuestas son elaboradas por una institución mediadora destinada a una comunidad o grupo social a través de un relato capaz de ser difundido y el cual es configurado en un producto cognitivo- comunicativo para que los sujetos lo interioricen como una representación personal por determinados integrantes del grupo. Lo que da como resultado información que han elaborado unos sujetos sociales a disposición de otros.

Así mismo señala que la función de las representaciones sociales, independientemente del proceso de comunicación, servirán como modelo de intención, es decir, señalan o indican algo respecto a un objeto social por medio de la información prescriptiva y normativa respecto al objeto; como modelo de cognición, puesto que las significaciones permitirán construir un significado del mundo; y como modelo para la acción, porque la información circulante ofrece un sentido que afectarán el comportamiento de los individuos.

Rubira y Puebla (2018) mencionan que la exposición de Martín-Serrano (2004) respecto a las representaciones sociales está muy enfocada a la comunicación masiva, especialmente a la prensa. (p.154)

Sin embargo, Martín- Serrano (retomado por Rubira y Puebla 2018) menciona que las representaciones sociales nacen a través de la conversación de los sujetos y la agenda temática de los medios para convertirse en el motor que impulse la comunicación misma.

La definición de Martín- Serrano sobre las representaciones sociales, cómo se gestan y se dan a conocer, sí implican medios de comunicación para la construcción y difusión de la realidad; pero también abarca la comunicación entre sujetos y las acciones de la comunicación que ocurren cuando dos o más agentes interactúan.

Al respecto, Martín- Serrano (2007) menciona que “la comunicación es un tipo de interacción que está inicialmente al servicio de las necesidades biológicas y, posteriormente;

la especie humana la puso al servicio del conocimiento cuando la producción comunicativa fue para incorporar recursos y organizar a las sociedades [...]” (p. XVIII).

De lo anterior se destaca que la comunicación es el soporte de la cultura y que con la evolución humana sirvió para la manifestación de los valores, ya que por su naturaleza; la comunicación se encuentra en posibilidad de ser instrumento de transformación social.

Ahora bien, en el ámbito de la conversación, cuando dos agentes interactúan Martín-Serrano (2007) menciona que se manifiestan dos tipos de acciones: **ejecutivas y expresivas**. Siendo las ejecutivas los movimientos corporales, las gesticulaciones, elementos no verbales donde una persona hace algo a otra. Mientras que las acciones expresivas son aquellas donde un agente indica algo a otro, basándose en información que se transporta señales para referirse a otras cosas, genera preceptos y elementos verbales. (señal= realiza una indicación)

Martín- Serrano (2007)

La referencia a lo que se quiere hacer se sustituye, como expresión de lo que se debe hacer. Es una forma específicamente humana de producir comunicación. Pero esto trae aparejada una represión social, el cual es un mecanismo que desnaturaliza cuando se socializa, y de una acción ejecutiva sobre los impulsos individuales, sea para bien o para mal, surge un control a nivel expresivo y esas indicaciones se van incorporando en las interacciones, las cuales abren el camino a los valores sociales que determinan las interacciones humanas. (p. 195).

Es decir, el sujeto puede querer realizar alguna actividad, manifestar una idea, manifestar un comportamiento y lo refiere, pero si es una actividad, conducta o comportamiento no adecuado o no aceptado por los sujetos que le rodean, estos le expresan lo que debe hacer; y ocurre una forma de represión social; se realiza una valoración del comportamiento, práctica o idea del sujeto, lo cual determinará su interacción con los otros.

Ahora bien, cuando algunas personas no logran persuadir a otras a través de las palabras para lograr cierto comportamiento o bien cuando el sujeto quiere lograr o conseguir algo aun cuando le han indicado lo contrario; lo hacen a través de la interacción y para ello recurren a la comunicación, a la coactuación o ambas.

Cabe señalar que la coactuación es un acto ejecutivo que alterna con la comunicación; esto es, que, al gestarse una acción expresiva como parte de un proceso de comportamiento, podrá existir también una acción ejecutiva. Es decir, el sujeto al recibir una acción expresiva sobre lo que se debe o no hacer, dentro del sentido común o valor social, podrá o no realizar una acción ejecutiva para adecuar su comportamiento, se da una valoración social y lo valoriza a través de la comunicación.

Para que exista eficacia en los comportamientos expresivos-comunicativos Martín-Serrano (2007) menciona que las señales deben ser adecuadas para los actores (sujetos), en su creación, percepción y transmisión en donde ambos interpreten las representaciones y los objetos de referencia, así como la disposición del otro a responder del modo esperado por el actor.

Es así como *ego-emisor-individuo* produce expresiones, transporta las señales con determinado significado a *alter-receptor-individuo* quien las percibe, reconoce, imputa y referencia las señales; pero puede realizar comportamientos ejecutivos- coactivos si no está de acuerdo con lo establecido por *ego*, por lo que aporta la energía necesaria para alcanzar el logro y realiza actos ejecutivos para energizar el sistema.

Martín- Serrano (2007):

La transmisión cultural de las pautas, hace que las sociedades impongan a determinados miembros la abstención de ciertos comportamientos y promueve sustituciones del hacer por el indicar, surgiendo así un control social de las acciones mediante la comunicación, lo que provoca que esos actos sean evaluados, etiquetados, permitidos o prohibidos. (p. 191-197)

Sin embargo, los sujetos no son entes mecánicos que deben corresponder a un comportamiento socialmente preestablecido, ya que haciendo uso de su albedrío tienen la capacidad de elegir sus líneas de comportamiento que más favorezcan a sus intereses.

Los seres humanos se relacionamos con otros para coexistir, interactúan para satisfacer las necesidades propias como las de los demás y para reproducir la organización del grupo al que se pertenece. Desde hace siglos Aristóteles desarrolló la idea de que los seres humanos

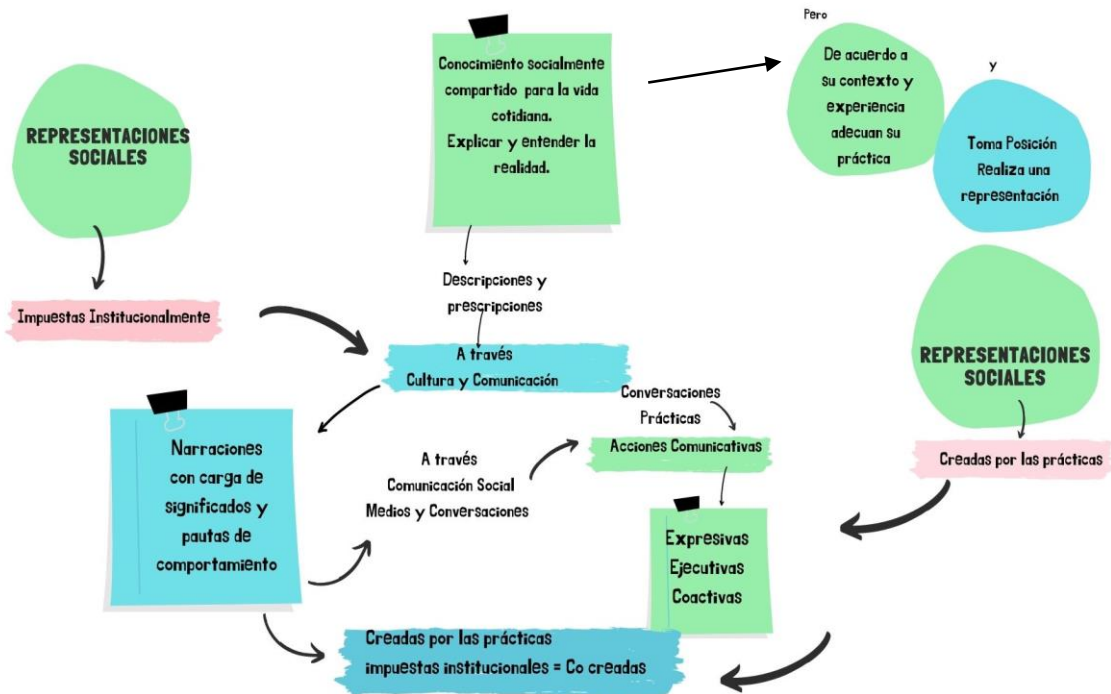
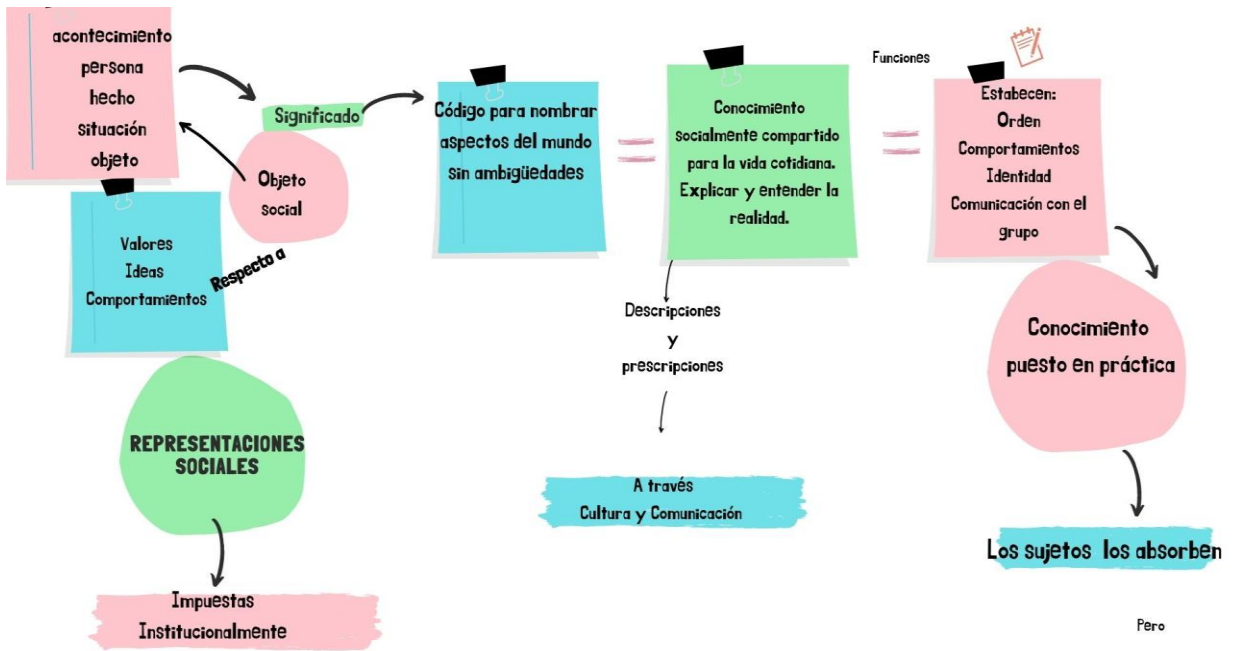
son seres sociales que requieren de los otros para poder sobrevivir; cada ser humano *es* y tiene cualidades propias que aprende a utilizar y hace concordar con los otros para convivir; conforma una sociedad, la cual es un conjunto de integrantes agrupados que siguen ciertas normas específicas para cada situación concreta para lograr su convivencia. (citado por Cruz-Coke, 1991 p. 3)

Conforme a lo anterior, el ser humano necesita de los otros para sobrevivir para cubrir sus necesidades, pero al convivir con otros debe ser partícipe también de las necesidades de los demás y para hacerlo es necesaria la interacción y la comunicación, la cual debe ajustarse a ciertas normas o pautas para lograr la convivencia y la organización del grupo.

Al respecto, Martín- Serrano (2007) menciona que “cada grupo humano prescribe a sus miembros la clase de relaciones y de logros que le son exigidos, permitidos o prohibidos y la interacción es ocasión en la que se redefinen las relaciones y las expectativas de cada sujeto”. (p. 224).

Por lo tanto, cuando la pauta se transforma en norma social, incorpora mecanismos coercitivos para imponer a los comunicantes el recurso a las indicaciones relativas a los efectos, dichos mecanismos están basados en la gratificación y la frustración y opera con valores como la aprobación- desaprobación que recibe la persona; legitimidad- ilegitimidad del comportamiento según las personas y los casos. Ese autocontrol se refuerza mediante la socialización, cuando se transmiten esos valores que justifican esas privaciones.

El esquema que a continuación se presenta, tiene como finalidad definir qué son las representaciones sociales, cómo se configuran y el papel que juega la comunicación; fue realizado con base en lo expuesto por Abric (2001) Araya (2002) y Martín- Serrano (2007).



Fuente: elaboración propia con base en información de Abric (2001) Arraya (2002) Martín- Serrano (2007)

Retomando lo anterior, las representaciones sociales son propuestas de interpretación de la realidad que implican **valores, ideas y comportamientos** con una carga de significados

que implican creencias, opiniones y actitudes respecto a un objeto social en un determinado grupo y contexto. Las representaciones sociales son determinadas institucionalmente y difundidas a través de la cultura y los medios de comunicación por medio de un relato-narración e implican prescripciones normativas, pautas de comportamiento que se transforman en norma social y que los sujetos deberán acatar.

Estas prescripciones también son difundidas a través de la comunicación entre integrantes del grupo social, quienes realizan una valoración de los comportamientos respecto a la pauta de comportamiento establecida y socializada, es decir; los integrantes del grupo aprueban o desaprueban el comportamiento o práctica de las personas de acuerdo al seguimiento de la representación social y se da a través de las acciones comunicativas ya sean expresivas o ejecutivas.

Las representaciones sociales son homogéneas para el grupo social, sin embargo, los integrantes de este realizarán una toma de posición respecto a ellas, es decir, realizarán una valoración y una representación propia de la prescripción social, y podrán no converger con ella de acuerdo a su experiencia o contexto por lo que los sujetos realizarán una adecuación de su comportamiento en la interacción, a lo que Martín- Serrano denomina como coactuación.

En conclusión, las representaciones sociales son guías de comportamiento social determinadas institucionalmente que brindan información y pautas de comportamiento respecto a un objeto social determinado, que deberá ser conocido y ejecutado por los sujetos de un grupo social en un contexto determinado; estas son difundidas a través de la cultura, la comunicación y las prácticas sociales. De igual forma, las representaciones sociales también son co-creadas por los sujetos y en ambos casos existirá una adecuación del comportamiento con base en las expectativas de los otros, las cuales se hacen patentes a través de las acciones comunicativas.

En el siguiente capítulo, se identifica qué instituciones intervienen en la formación de la representación social sobre fumar, la representación social sobre quienes fuman o no y el papel que desempeñan los medios de difusión; así como la información o relatos que recibe la comunidad universitaria que fuman y no.

3. La formación de la representación social y el papel que juega la comunicación en la comunidad universitaria

El siguiente capítulo presenta la información con la que cuentan quienes fuman y no, sobre fumar, cómo, de dónde o de quienes proviene lo que saben; esto con la finalidad de identificar cómo se forman las representaciones sociales de la comunidad universitaria que fuma y no, sobre fumar y no; las instituciones que intervienen en su formación y el papel que juega la comunicación para dar forma a dicha representación; si es a través de los contenidos presentados por los medios de difusión, por los mensajes establecidos en lugares donde se puede fumar o no, o bien en las prácticas y acciones sociales entre la comunidad universitaria.

Para dar respuesta a lo anterior, así como para identificar las representaciones sociales y las acciones comunicativas sobre fumar y sobre quienes lo hacen o no, se realizaron 30 entrevistas semiestructuradas por medio de un cuestionario de cuarenta reactivos a la comunidad universitaria, en las cuales participaron 15 que fuman y 15 que no. Las entrevistas se efectuaron a través de la plataforma Zoom, debido al cierre de instalaciones ante la pandemia por Covid 19.

Así mismo, con el fin de dar respuesta sobre el papel que desempeñan los medios de difusión, se contó con el punto de vista de la Dra. Irma Mariana Gutiérrez Morales, especialista en comunicación virtual y catedrática a nivel licenciatura y maestría en Comunicación; el Mtro. Arturo Salcedo Mena, docente, conferencista y capacitador en imagen pública, protocolo y redes sociales; así como; el Lic. Xavier Ávila Guzmán, investigador y docente en Comunicación.

Para la selección de la experta y expertos en Comunicación, se establecieron los siguientes criterios: todos son docentes de la licenciatura en Comunicación, por su perfil profesional tienen contacto con la comunidad universitaria con las características del universo de estudio y además dos de los expertos habitualmente fuman y uno no.

3.1 Conocimiento sobre fumar o no, en la formación de las representaciones sociales

Como se mencionó en el capítulo uno, las representaciones sociales dan forma al conocimiento de un objeto conocido por los sujetos en determinado contexto social y temporal que conforma el conocimiento del “sentido común” (Jodelet,1984).

Flament (1987,1989) citado por Abric (2001) explica que la representación social es un conjunto de conocimientos: descriptivos y prescriptivos; los cuales aparecen a través de elementos discursivos en un contexto social determinado. Estos conocimientos son el conjunto de información y mensajes que se generan respecto al objeto y formarán parte de cogniciones objetivas compartidas por un grupo homogéneo dentro un contexto social y por el cual se formula o se descubre una representación.

Ambos conocimientos, descriptivo y prescriptivo, se dan a conocer a través de la cultura, la comunicación social y la acción sociales con la finalidad de una búsqueda de identidad y que opere para todos.

Al respecto, quienes no fuman mencionaron que decidieron no tener este hábito por diversas razones:

“Tuve familiares fumadores y es muy duro por lo que tienen que pasar”, “aprendí a no fumar porque mi familia fuma y mi abuelita enfermó por eso”, “mis papás me dijeron que era malo”.

Por otra parte, quienes fuman mencionaron: *“aprendí a fumar porque mi familia fuma”, “un familiar me enseñó”, “aprendí a fumar por un amigo”*

De modo que el conocimiento prescriptivo y descriptivo que conforma la representación social mencionado por Flament (1987,1989) sobre fumar o no, se da primero en el discurso familiar y en el caso de las personas no fumadoras el discurso ha configurado una representación asociada a la idea que es malo para la salud o bien por la experiencia vivida con familiares que tuvieron problemas de salud por fumar; aunque también por medio de sus propias prácticas: *“me di cuenta que no me gustaba” “me duelen los pulmones” “deseo tener una buena condición física”.*

En el caso de quienes fuman, sus prácticas y acciones sociales con amistades y familiares son las que identifican como gestores de su hábito, es donde deriva el conocimiento de lo que es fumar y en dónde se puede o debe hacer; ya que mencionaron haber aprendido a fumar por amigos e inclusive por familiares que les enseñaron cómo realizar esta práctica.

Dicen haber comenzado a fumar, en su mayoría, para convivir y socializar; algunos *“para sentirse grandes”, “para saber qué se sentía” o “porque me llamó la atención”.* Por lo que

el mensaje discursivo de los sujetos que fuman, en un principio, es que fumar no es malo y lo iniciaron para sentirse “grandes” es decir distinguible o mayor de la edad que tenían.

Además de los mensajes emitidos o vividos un contexto familiar, quienes fuman y no, identifican los lugares en los cuales se puede fumar como: pasillos, jardineras, la calle o lugares abiertos. También reconocen que los lugares donde no se puede fumar están expresos por señalizaciones y en caso de no existir éstas, los identifican por ser lugares abiertos o cerrados.

Cabe señalar que ambos grupos mencionaron no identificar la Ley General para el Control del Tabaco (LGCT) (vigente en todo el país desde el año 2008) sin embargo, dicha ley ha definido parte de la interacción social sobre dónde se puede fumar o no, así como una serie de lineamientos sobre la prohibición de publicidad y programas en televisión abierta con personajes fumando en diferentes medios de difusión.

De igual forma, los docentes expertos en comunicación dijeron no conocer la LGCT, pero consideran que el papel de fumar y la persona fumadora ha evolucionado y la ley sí ha definido otra forma de interacción social como el no fumar en espacios cerrados.

Los testimonios anteriores corresponden, tal como lo establece Flament (1987,1989) citado por Abric (2001), a que el conocimiento sobre el objeto social, fumar o no, se deriva de las informaciones y mensajes que se introyectan desde la cultura, la comunicación y la acción social por medio de la familia, los amigos y las prácticas.

3.2 Los medios de difusión, sus relatos e interpretaciones de la realidad sobre fumar o no fumar

Por otra parte, Martín Serrano (1986) menciona que las representaciones sociales son propuestas de interpretación sobre lo que existe u ocurre en el entorno y que hacen referencia a determinados temas, ofrecen datos y sugieren evaluaciones en lugar de otras posibles; haciendo una representación de la realidad.

Estas representaciones son elaboradas por una institución mediadora destinada a una comunidad o grupo social a través de un relato capaz de ser difundido y el cual es configurado en un producto cognitivo- comunicativo, para que los sujetos lo interioricen como una representación personal por determinados integrantes del grupo.

Es decir, se hace una interpretación de la realidad del objeto social a través de información y mensajes que configuran los medios de comunicación – instituciones mediadoras- a través de un relato en forma de un producto comunicativo, como lo pueden ser programas o series de televisión, estos son difundidos, vistos o escuchados por los sujetos quienes los interiorizan y los significan de forma personal.

Al respecto, el equipo experto en Comunicación: menciona que antes fumar no era malo, ya que era común ver personas fumando en películas, programas de televisión y publicidad; lo cual representaba ser gente exitosa, distinguida, refinada, elegante y superior a los demás e inclusive existían personas que querían aprender a fumar, pero no podían.

También comentaron que los medios desempeñan un papel importante en lo que representa fumar y no, por la imagen que pueden proyectar; sin embargo, depende del contexto social y familiar en el cual se desarrolla el estudiante; aunque en algunos jóvenes sí puede darse la imitación de los personajes de sus series.

Dicho lo anterior y con la información obtenida, los universitarios mencionan que sí existen contenidos en medios de difusión que presentan personas fumando, principalmente en series o películas vistas a través de internet o Netflix.

Para quienes fuman, los personajes representan poder, elegancia y, además, el cigarro es un elemento que forma parte de ellos. Mientras que para quienes no, los personajes representan rebeldía e inteligencia.

Para ambos grupos (quienes fuman y no) no existen contenidos mediáticos que sugieran el cómo pueda o deba ser la interacción entre personas que fuman y no, salvo dos estudiantes (no fumadoras) quienes recordaron que en su infancia existía un anuncio en radio y uno en televisión en el cual se hacía reflexión sobre fumar y el daño a los fumadores pasivos.

Por lo que, conforme a Martín Serrano (2004) retomado por Rubira y Puebla (2018), fumar- objeto social- se presenta en relatos expuestos en los productos comunicativos como series o películas, que son difundidos a través de los medios de difusión y la introyección que hace cada grupo es distinta ya que para algunos representa rebeldía, inteligencia o elegancia.

En conclusión, las representaciones sociales respecto a un objeto social, como lo es fumar, nacen y se saben a través de la difusión de una serie de mensajes o información que

transmiten las instituciones sociales como lo es la familia, los medios de difusión y las prácticas sociales.

Y con base en las respuestas obtenidas, la información sobre fumar principalmente se genera en la familia y los actores básicos que relatan lo que es fumar, y sobre si es *malo o no*, son los padres y los familiares cercanos. De igual forma, quienes fuman y no, al tener una experiencia con el humo del tabaco sea con algún familiar o propia, conformaron un conocimiento y una representación social respecto este hábito.

Así mismo, las prácticas sociales son también determinantes para la construcción de la representación social sobre fumar y como se mencionó tanto los universitarios que fuman y no, desconocen la Ley General para el Control del Tabaco, sin embargo, en la práctica sí distinguen los lugares para fumar o no, partiendo de que, si es lugar abierto, al aire libre se puede fumar, mientras que si es un lugar cerrado no; o bien por la información que brindan los señalamientos.

En cuanto a los medios de difusión y la representación de la realidad que elaboran sobre fumar es distinta a la información recibida en el ámbito familiar o en la práctica social, ya que ambos grupos (o quienes fuman y no) sí identifican personas fumando en series o películas expuestas en plataformas *streaming* o internet, no en medios abiertos de difusión; sin embargo, la introyección que efectúan quienes fuman o no, es diferente para cada grupo aunque ambos consideran que es parte del personaje.

Finalmente, los actores que intervienen en la conformación de la representación social sobre fumar y la información que la comunidad universitaria tiene deriva en el siguiente orden de prelación: 1) la familia, 2) las prácticas sociales y 3) los medios de difusión.

Como se sabe toda representación social se difunde a través de un discurso comunicativo con la finalidad de comprender y corresponder en el entorno al que se pertenece, por ello, es importante señalar que los mensajes o información obtenida se introyecta y configura una serie de **valores, ideas y comportamientos** con una carga de significados que implican creencias, opiniones y actitudes respecto al objeto social. A continuación, se abordará el qué significa fumar para quienes lo hacen y para quienes no, y cómo lo comunican.

4. Las representaciones sociales sobre fumar y las acciones comunicativas entre quienes fuman y no

El siguiente capítulo presenta las actitudes, valores, opiniones, ideas, creencias y comportamientos de quienes fuman y no, sobre fumar y quienes fuman. Y el cómo estos se manifiestan en acciones comunicativas, expresivas, ejecutivas o coactivas, cuando ambos grupos convergen en un espacio escolar.

Con base en lo expuesto por Moscovici (1961), las representaciones sociales son definidas como un conjunto de **valores, ideas y comportamientos** con una carga de significados que implican creencias, opiniones y actitudes respecto a un objeto social y conforman un código para nombrar y clasificar, sin ambigüedades, los diferentes aspectos del mundo.

4.1 Según la comunidad universitaria fumar es...

Quienes fuman y no, tienen la creencia de que fumar es malo y es un hábito dañino para la salud. Mientras que no fumar es sinónimo de salud, bienestar y ser una persona saludable. Y el tabaco es considerado como una sustancia adictiva y tóxica que genera un gasto y un daño al medio ambiente.

De acuerdo con el resultado de las entrevistas, se considera que fumar es dañino o que no hacerlo es saludable y se debe a que la familia, amigos e instituciones mediadoras conforman fortalecen y legitiman las representaciones sociales sobre fumar. Así mismo, la Ley General para el Control del Tabaco reforzó la misma representación social ante la prohibición de fumar en espacios cerrados y la prohibición de presentar en medios de difusión personajes fumando.

Estas ideas y valores sobre fumar y no, han sido difundidas a través de las instituciones, la cultura, la familia y las prácticas sociales y han conformado una expectativa en el comportamiento de los sujetos.

Sin embargo, las opiniones, evaluaciones y actitudes que realizan los sujetos sobre los principios organizadores o prescriptores sobre fumar o no fumar, son distintas, debido a las tomas de posición, las cuales son expuestas por Doise (1985), donde los sujetos organizan su proceso simbólico que determinarán sus relaciones sociales.

Al efectuarse este proceso surge una diferenciación categorial, en la cual existen personas que aceptan y no la representación y donde ambos tomarán una posición respecto a la nueva práctica y/o prescripción; ya que por experiencia, contexto o relación con el objeto no todos los sujetos convergen con ella y esto será determinante en su relación con los otros, con el objeto de representación y con sus prácticas.

Dicho lo anterior, los valores, ideas, comportamientos, significados, opiniones, creencias y actitudes respecto a fumar son diferentes entre quienes fuman y no. Ya que cada categoría (quienes fuman y no) toma su posición respecto a fumar o no fumar.

4.2 Lo que representas y lo que te digo. La mirada de quienes fuman y no

Fumar **significa, para quienes fuman:** estatus, un acto para desestresarse y estar consigo mismo; es una práctica placentera que les genera tranquilidad y la idea que viene a su mente cuando fuman es la de socializar, relajarse y distraerse. Consideran a sus iguales como personas normales, agradables e interesantes; mientras, a quienes no fuman, como personas sanas y conscientes.

Ahora bien, para **quienes no fuman, fumar significa** un daño a la salud, es malo; consideran que quienes fuman son adictos, irresponsables, que dañan su salud y la de los demás. El hecho de que alguien fume les provoca asco, malestar y problemas para respirar; la idea que viene a su mente es la de adictos y la necesidad de alejarse, aunque en algunos casos se cuestionan el por qué lo hacen o le tienen cierta consideración a quienes fuman pensando que necesitan *desestresarse*. Para la mayoría, no fumar representa ser saludable.

Para mostrar con mayor claridad la representación que tiene la comunidad universitaria sobre fumar y sobre quienes fuman y no, se presenta el siguiente esquema:

CATEGORÍA	Quienes fuman	Quienes no fuman
Fumar es	Malo Dañino Agradable y rico	Malo
Fumar significa	Estatus Un acto agradable para estar consigo mismo.	Un daño a la salud

	Desestresarse Un vicio	
Fumar me provoca	Tranquilidad Relajación Placer	Asco Malestar Problemas para respirar
Idea que viene a su mente cuando fuman	Tranquilidad Socializar Distracción Paz	Adictos Alejarse Por qué lo hace
Quienes fuman son	Personas normales Agradables e interesantes	Adictos Enfermos
Quienes no fuman	Personas sanas Conscientes	Personas saludables Conscientes
El tabaco representa	Una adicción Daño Paz Felicidad	Muerte Daño a la salud

Fuente: Elaboración propia, con base en las respuestas emitidas por quienes fuman y no.

Con base en la toma de posición de quienes fuman, se puede decir que la representación social sobre fumar y quienes fuman es positiva para quienes tienen este hábito; mientras para quienes no lo tienen es negativa.

Ahora bien, ¿cómo se manifiesta la representación social sobre fumar y sobre quienes fuman y no?

Martín-Serrano (2004) señala que “la comunicación no es posible sin la participación de las representaciones (p.154)”.

Para el autor, las representaciones sociales son propuestas de interpretación sobre lo que existe u ocurre en el entorno y que hacen referencia a determinados temas, ofrecen datos y sugieren evaluaciones y hacen una representación de la realidad. Y servirán como modelo de

intención por la información prescriptiva y normativa; como modelo de cognición, ya que las significaciones permitirán construir un significado del mundo; y como modelo para la acción, porque la información circulante ofrece un sentido que afectarán el comportamiento de los individuos.

Ahora bien, en el ámbito de la conversación, cuando dos agentes interactúan Martín-Serrano (2007) menciona que se manifiestan acciones: **ejecutivas, expresivas y coactivas**. Siendo las *ejecutivas* los movimientos corporales, las gesticulaciones, elementos no verbales donde una persona hace algo a otra; las acciones *expresivas* son aquellas donde un agente indica algo a otro, basándose en información que transporta señales, genera preceptos y elementos verbales. Y las *coactivas* son acciones ejecutivas que alternan con la comunicación; esto es, que, al gestarse una acción expresiva como parte de un proceso de comportamiento, podrá existir también una acción ejecutiva. Es decir, el sujeto al recibir una acción expresiva sobre lo que se debe o no hacer, dentro del sentido común o valor social, podrá o no realizar una acción (ejecutiva) para adecuar su comportamiento.

Derivado de lo anterior y con base en las entrevistas efectuadas virtualmente, **quienes fuman** mencionan que algunas veces se han percatado de las acciones ejecutivas de quienes no lo hacen, y ven su molestia cuando mueven su mano para liberarse del humo, hacen caras de malestar, fruncen el ceño, arrugan o tapan su nariz. Lo que les provoca una emoción de incomodidad, de sentirse mal y de pena; así como, molestia por no respetar su derecho a fumar.

En cuanto a las acciones ejecutivas que algunas veces o casi siempre realizan son: alejarse de quienes no fuman y moverse un poco cuando fuman porque no les gusta incomodar y lo hacen para no molestar, para respetar la salud de los demás y para que no les hagan caras; sin embargo, si son amigos se respetan.

Así mismo, mencionaron que las acciones expresivas que han recibido de quienes no fuman, cuando ellas o ellos fuman es: “¿A pocos fumas?”, “¿ya vas a fumar?”, “guácala”. También, que expresamente les han mencionado que apaguen su cigarro o que el humo se vaya para otro lado y otros nada.

Otras acciones expresivas que han recibido por parte de quienes no fuman si ellas o ellos externan su deseo de salir a fumar, son: ¿Ya vas a fumar?, ¿para qué quemas tu dinero?,

otra vez ¿no que ya lo ibas a dejar?, otros nada porque hay respeto. De igual forma, cuando quienes no fuman se percatan que ellas o ellos han fumado y se acercan a ellos, les han expresado: “¿fumaste?” “ay, hueles a cigarro”.

De igual forma, algunos comentarios que recuerdan haber recibido por fumar son: “pareces chimenea” “fumador” “vicioso” “¿no te duele perder tu dinero?” “vas a perder tu vigor sexual”, “irresponsable” “inconsciente” “¿no se te ponen los dientes amarillos?”

Ahora bien, **quienes no fuman** manifestaron que las acciones ejecutivas que realizan ante quienes se encuentran fumando son: moverse un poco, irse del lugar, esperar a que terminen de fumar, hacer movimientos con la mano de modo que el humo del tabaco no llegue a ellos, taparse la nariz o hacer gestos de desagrado. Esto, debido a que no toleran el humo del tabaco o les provoca algún daño a su salud como molestia en los ojos o la garganta.

En cuanto a las acciones expresivas mencionadas de quienes no fuman ante quienes sí y con quienes tienen más cercanía o confianza son: “no fumes”, “¿para qué fumas?”, “piensa si te conviene fumar”. Así mismo, si alguno de sus pares externa su deseo de fumar a veces sí hacen algunos comentarios para que sus compañeras y compañeros desistan de hacerlo, comentarios como: “no fumes” “para qué lo haces” “te hace daño” “deberías de dejarlo” “¿otra vez?”. Esto, un poco con el ánimo de que ellas y ellos desistan de hacerlo.

Si perciben el olor a tabaco de quienes han fumado en su mayoría no expresan nada, aunque otros sí, generalmente cuando existe un nexo, y han comentado: “hueles a cigarro”, “huele feo” “ponte perfume.”

En su mayoría, cuando convergen con quienes fuman en un espacio abierto y en el cual se esté fumando, quienes fuman les han manifestado: “qué bueno que no lo haces”, “¿te molesta?”, ¿por qué no lo haces?” y otros nada. Aunque también recuerdan que las acciones expresivas con las que se han referido a ellas y ellos por no fumar son: “anticuado”, “payasa”, “exagerada”, “mamona” o “¿enserio nunca lo has probado?”. Y en cuanto a las acciones expresivas que ellos han emitido a quienes fuman, en su mayoría, son: “fumador”, “vicioso”, “adicto”, “ansioso”, “qué asco” y “pendejo”.

Cabe aclarar que las acciones expresivas las efectúan quienes no fuman a compañeras y compañeros con los que existe confianza. Sin embargo, cuando no existe dicho vínculo, quienes no fuman en su mayoría realizan acciones ejecutivas- coactivas, es decir no realizan

ningún comentario, pero esperan a que las personas terminen de fumar o si lo están haciendo se retiran.

Dicho lo anterior, las acciones expresivas en su mayoría son dirigidas de quienes no fuman hacia quienes sí, y estos últimos no ofrecen una acción comunicativa tangible, es decir expresiva, al respecto del comentario; salvo en ocasiones la palabra “*perdón*” añadida de una acción ejecutiva- coactiva como la de alejarse un poco para no incomodar y manifiestan que queda en ellos un sentimiento de pena o culpabilidad.

Sin embargo, las expresiones emitidas por quienes no fuman ante quienes sí, surgen con aquellas personas con las cuales existe confianza o amistad. Ahora bien, cuando quienes fuman convergen con otras que lo hacen, es decir entre iguales, las acciones expresivas son distintas, algunas como: “*¿me das?*”, “*invita*” o “*tienes un encendedor*” sin existir una acción ejecutiva ni coactiva.

El siguiente esquema presenta las acciones comunicativas que manifiesta la comunidad universitaria cuando convergen. Es decir, lo que hacen, lo que dicen, cómo actúan y qué información de la representación social

Acciones comunicativas	Quienes fuman	Quienes no fuman
Acciones ejecutivas (movimientos corporales-gesticulaciones)	Casi siempre se alejan Hacen que el humo no llegue a los demás.	Hacer movimiento con la mano Taparse la nariz Gestos de desagrado
Acciones expresivas (palabras que recuerdan con las que se han referido a ellas y ellos)	Vicioso Adicto	Anticuado (a) Payasa Mamona

		¿En serio nunca has fumado?
Acciones expresivas (con sus pares cuando existe confianza o vínculo de amistad)	<p>Qué bueno que no lo haces</p> <p>¿Te molesta?</p> <p>¿Por qué no lo haces?</p> <p>Con quienes fuman:</p> <p>¿Me das?</p> <p>Invita</p> <p>Préstame un encendedor</p>	<p>No fumes</p> <p>Para qué fumas</p> <p>Pareces chimenea</p> <p>Piensa si te conviene fumar</p> <p>Mejor toma un café o come un dulce</p> <p>Te hace daño</p> <p>Deberías de dejarlo</p> <p>¿Otra vez?</p> <p>Vas a perder tu vigor sexual</p> <p>Irresponsable</p> <p>Inconsciente</p> <p>¿No se te ponen los dientes amarillos?"</p> <p>* Si perciben el olor a tabaco de quienes han fumado:</p> <p>Ponte perfume</p>

		Huele feo Huele a tabaco
Acciones coactivas	Terminar de fumar y después acercarse Irse del lugar No acercarse si existen personas que saben que no fuman	Esperar a que terminen del lugar Irse del lugar No acercarse si existen personas que saben que fuman

Fuente: Elaboración propia, con base en las respuestas emitidas por quienes fuman y no.

Mardellart (1990) retomado por Abric (2001) menciona que los sujetos consideran su relación con el mundo exterior como consigo mismos a través las representaciones sociales, ya que se filtran y se tratan las informaciones que les llegan para comportarse y justificar sus actos cuando se analiza la representación social. Al respecto es necesario saber qué representación tienen las personas que fuman o no sobre sí mismas, ante quienes fuman y no, ya que esto dará pauta a sus comportamientos y justificar sus actos.

Derivado de lo anterior, quienes fuman se perciben a sí mismos como fumadores tranquilos, no tan asiduos porque “*no fuman mucho*”, fumadores sociales, sociables, sí como alguien que hace daño, pero no tan activos porque consumen de tres a cinco cigarrillos.

Así mismo, la percepción que tienen ante otros, quienes también fuman, es de amigos, con quienes tienen algo en común, mesurados y normales. Consideran que quienes no fuman los perciben como una amenaza, una molestia, irresponsable, “*inconsciente por ser consciente pero irresponsable*”, pero que pueden estar tranquilos si no molestan a los demás.

En contraste, quienes no fuman se perciben a sí mismas como saludables, que tomaron una buena decisión, como “*mejores personas*” y como personas normales “*que no necesitan del cigarro para convivir*”. Y cuando se encuentran ante quienes sí fuman, quienes no, se perciben como personas respetuosas, sanas, que pueden no estar de acuerdo con ellos, aunque también como personas aburridas y desagradables. Consideran que quienes fuman los

perciben como: *“payasa”, “aburrida, con alguien con quien no se sienten cómodos”, “tranquila” y “normal”*.

En conclusión, para ambas categorías (quienes fuman y no) la representación social sobre fumar es que es malo y añino para la salud; el tabaco es considerado como una sustancia adictiva y tóxica y las personas que no fuman son saludables.

Dicha representación social se gesta principalmente en el ámbito familiar debido al relato que se comunica-difunde, la práctica de la familia o amigos o por las experiencias familiares y que se relacionan respecto al tabaco y lo que dicha práctica provoca a la salud. La representación social sobre fumar se legitima a través de las prácticas sociales, ya que quienes fuman o no, por sentido común, distinguen el lugar donde pueden realizar dicha práctica ya sea a través de los señalamientos o si se está en un lugar abierto o cerrado.

En este punto, Martín- Serrano (2007) menciona que la transmisión cultural de las pautas, (representaciones sociales) hace que las sociedades impongan a determinados miembros la abstención de ciertos comportamientos y promueve sustituciones del hacer por el indicar, surgiendo así un control social de las acciones mediante la comunicación, lo que provoca que esos actos sean evaluados, etiquetados, permitidos o prohibidos. (2007, p. 191-197)

Al respecto, cuando convergen en espacios en los que se puede fumar, es decir, cuando se reúnen en un lugar y no se conocen o no tienen una relación entre ellos, ambos grupos mencionaron que externalan o adecuan su comportamiento a través de las acciones comunicativas ejecutivas por medio movimientos corporales y también a través de acciones expresivas.

Con base en las respuestas, las acciones ejecutivas que aparecen entre ambas categorías cuando existen personas fumando, quienes no fuman mueven su mano para alejar el humo del tabaco, se tapan la nariz, fruncen el ceño, prefieren esperar a que las personas terminen de fumar o bien se alejan. Y ante ello, quienes fuman mencionaron alejarse un poco, mover la mano para que no les llegue el humo a las demás personas e inclusive pedir perdón, lo cual ocasiona un sentimiento de culpabilidad.

En este punto de convergencia quienes no fuman le cuestionan a quienes sí, el por qué lo hacen y quienes fuman les han comentado que qué bueno que no lo hacen. Sin embargo, entre quienes sí fuman, la acción expresiva que ocurre es para solicitar a alguien un cigarro o un encendedor.

Por otra parte, quienes no fuman mencionaron que cuando se reúnen con compañeras o compañeros que fuman y con quienes tienen confianza y platican entre ellos, reciben y emiten acciones expresivas respecto a que es malo para su salud, cuestionan el por qué lo hacen, que dejen de hacerlo porque les hace daño y en el menor de los casos realizan o reciben alguna expresión sobre si han fumado o huelen a cigarro. En este punto, quienes fuman mencionaron que no expresan ningún comentario al respecto.

Por lo que, en ambos casos, tanto unas y otras se perciben como personas incómodas; sin embargo, también consideran que existe el respeto, es decir, existe consideración de unos para con los otros (de quienes fuman hacia quienes no y viceversa) aunque no estén de acuerdo con fumar o no fumar. Aunque es más *tolerancia* que respeto.

Para quienes no tienen este hábito, fumar representa algo dañino para la salud, cáncer y adicción. Y no fumar, es tener una vida más saludable. Consideran que quienes fuman – representan- son adictas y enfermas que les provocan en ocasiones *asco* y enojo debido a que se hacen daño ellas y dañan a los demás. Por lo que cuando se encuentran ante quienes fuman, dicen realizar acciones ejecutivas para ajustar su comportamiento y sólo acciones expresivas para con quienes fuman y con los que existe confianza.

Para quienes fuman, fumar representa sí algo malo y dañino, pero también un momento de paz, para estar consigo mismos ya que los relaja y hacen su toma de posición para seguir realizándola siempre y cuando no afecten a terceras personas; toleran las acciones expresivas y ejecutivas, aunque esto les haga sentir un poco incómodos, ellos y ellas ajustan su comportamiento con base a las acciones comunicativas.

De modo que esta representación, la representación sobre fumar, que se sintetiza como tal sirve de modelo para la acción comunicativa de forma expresiva, ejecutiva y coactiva de modo que afecta el comportamiento de los sujetos.

Pero ¿fumar afecta la interacción entre quienes fuman y no? ¿Fumar es un vehículo o no para interactuar?

5. Fumar o no, afecta nuestra interacción

El siguiente capítulo describe qué ocurre cuando convergen quienes fuman y no y existe interacción entre ellos; si fumar es un elemento facilitador o no para la interacción entre quienes fuman; y en el caso de quienes no si es un elemento que permite o no la interacción. De igual manera, se presenta el punto de vista de los docentes expertos en Comunicación quienes comparten su postura en cuanto a que si este hábito genera o no la interacción entre quienes fuman y no.

Quienes fuman y no mencionaron que en el momento en que ambos convergen, es decir, cuando se encuentran en algún lugar de reunión con universitarios que no conocen o con los que no tienen relación; el hecho de fumar sí afecta en las acciones comunicativas ya que quienes no fuman sí denotan su molestia a través de acciones ejecutivas como mover la mano para alejarse el humo del tabaco, frunciendo el ceño o tapándose la nariz. Mientras que quienes fuman se alejan un poco o se “*hacen para atrás*” si están fumando y se encuentran con compañeras y compañeros que no fumen.

De igual forma, mencionaron que realizan acciones coactivas, es decir, en el caso de quienes fuman, dicen que prefieren terminar de fumar su cigarro si ven a compañeras y compañeros que están reunidos y con quienes desean integrarse, pero si saben que en el grupo se encuentran personas a quienes no les gusta el humo del tabaco, prefieren esperar para acercarse o no hacerlo. Así mismo, quienes no fuman mencionaron que, si necesitan hablar con una compañera o compañero que se encuentra reunido con otros y está fumando, prefieren esperar a que termine de fumar su cigarro o bien hablar con ella o él en el momento que no esté fumando.

Ahora bien, quienes fuman y convergen con quienes también lo hacen, mencionaron que no existe una acción comunicativa de desagrado, al contrario, se sienten cómodos y el fumar, de alguna manera, es el vehículo para entablar conversación ya que algunos dijeron que empezaron a establecer contacto con compañeras y compañeros solicitando un encendedor, un cigarro o bien para conversar mientras fumaban un cigarro aun cuando no se conocieran.

Cabe mencionar que tanto quienes fuman y no, mencionaron que cuando convergen en algún punto de reunión no emiten mensaje alguno ya sea para externar su deseo de fumar o

bien por la molestia que el humo del tabaco pudiera provocar. Es decir, cuando convergen ambas partes y alguien se encuentra fumando, no emiten ninguna acción expresiva, salvo con compañeras y compañeros con los que existe un vínculo de confianza.

Quienes fuman y no consideran que el hecho de fumar sí es un factor que impide establecer una conversación, ya que, si convergen resulta incómodo y molesto para ambas partes y deciden esperar, retirarse o alejarse. Mientras que entre quienes sí tienen este hábito no hay inconveniente.

5.1 Experta y expertos en Comunicación consideran que fumar...

Al respecto la y los expertos en Comunicación como la Dra. Mariana Gutiérrez Morales considera que fumar no facilita la comunicación, más bien la dificulta, afecta las relaciones sociales; menciona que, si la adicción por parte del fumador es mucha, es probable que quien no fuma no se encuentre mucho tiempo con quienes sí fuman, por lo que supone que sí afecta las relaciones humanas.

Por su parte, el Mtro. Arturo Salcedo Mena cree que fumar afecta o no la comunicación entre los universitarios dependiendo del círculo en el que se encuentren. No percibe el rechazo hacia los universitarios fumadores, pues considera que los jóvenes son más tolerantes que la gente adulta, ya que, en el caso de los docentes, algunos profesores detestan convivir con otros docentes fumadores. Sin embargo, considera que en la UNAM son muy abiertos a ese tipo de hábito, ya que afuera de los salones puede haber gente fumando, pero no por ello está bien; aunque, hay instituciones en las cuales es permitido fumar solo en determinadas zonas.

Así mismo el Mtro. Salcedo considera que el cigarro no es un elemento facilitador de la comunicación: al contrario, a partir de los estímulos como el olor o el mal aliento de quienes fuman, son estímulos que están a la vista de los otros y podrían modificar la percepción y la respuesta en torno a ellos.

Para el Mtro. Xavier Ávila todo se puede resolver comunicativamente y debería haber acuerdos sobre dónde fumar y dónde no; pues se ha vuelto un estigma en el término de los lugares donde se restringe. Considera que el hecho de fumar puede facilitar la comunicación

si se es fumador y se encuentra con personas que también lo hacen; pero en el caso de quienes no fuman la comunicación no se facilita.

También ha observado que algunos de los estudiantes le tienen un miedo al humo del cigarro, no ha notado comentarios; pero, si posiciones radicales “*si pasas fumando*” hacen actitudes de rechazo, toser, mover la mano. Los estudiantes aceptan que existen fumadores, son tolerantes aceptan lo distinto. Considera que más que las restricciones es la comunicación entre estudiantes lo que determina el hecho de fumar o no, si es un grupo fumador, fuman; si es un grupo no fumador, no lo harán.

El fumar afecta o no la interacción entre universitarios, los expertos mencionan:

Dra. Mariana Gutiérrez	Mtro. Arturo Salcedo	Mtro Xavier Ávila
Especialista en comunicación virtual y catedrática a nivel licenciatura y maestría en Comunicación.	Conferencista, capacitador y docente en imagen pública, protocolo y redes sociales.	Investigador y docente en Comunicación.
Fumar no facilita la comunicación	El cigarro no es un elemento facilitador de la comunicación	Fumar puede facilitar la comunicación si se es fumador; pero en el caso de no fumar la comunicación no se facilita.
Quien no fuma tal vez no se encuentre mucho tiempo con quienes sí fuman.	Fumar afecta o no dependiendo del círculo en el que se encuentren.	La comunicación entre estudiantes es lo que determina más que la restricción. Si es un grupo fumador, fuman; si es un grupo no fumador, no lo harán.

Afecta las relaciones humanas	Los jóvenes son más tolerantes que la gente adulta	Hay estudiantes con miedo al humo del cigarro. Aceptan que existen fumadoras y fumadores, son tolerantes, aceptan lo distinto.
-------------------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas del grupo experto en Comunicación.

Con base en las respuestas, las personas expertas en Comunicación consideran en su mayoría que fumar sí es un elemento que afecta la interacción, pero, todo depende del círculo al cual pertenezcan las y los estudiantes, pues consideran que quienes no fuman tal vez no permanezcan mucho tiempo con quienes sí, aunque exista una probable tolerancia- respeto entre ellos.

Así mismo, la comunidad universitaria mencionó que es incómodo para ambas partes, porque quienes no fuman no toleran el humo del tabaco y quienes fuman no pueden hacerlo aun cuando se encuentren en un espacio al aire libre. Al respecto, quienes no fuman prefieren esperar a que quienes fuman, terminen su cigarro o bien converger con ellos, si es necesario, cuando no estén fumando.

Quienes fuman se han percatado de las acciones ejecutivas, es decir movimientos corporales y gesticulaciones de las compañeras y compañeros que no fuman y prefieren acercarse con quienes también tienen este hábito, consideran que con sus pares sí se facilita la interacción ya sea para solicitar un encendedor, un cigarro e iniciar una conversación aun cuando no se conozcan.

Cabe mencionar que cuando existe una relación de confianza entre quienes fuman y no puede no existir problema por el hecho que fumen o no, entre ellos pueden cuestionarse sobre por qué o no fuman e incluso se pueden dirigir entre ellos con ciertas palabras, acciones expresivas, como: “*vicioso*” “*fumador*” “*anticuada*”, y seguir conversando.

En conclusión se puede decir que fumar sí afecta la interacción entre quienes fuman y no, pero dependiendo del grupo al cual se pertenezca ya que quienes no fuman, aparentemente

son respetuosos de quienes sí, sin embargo, es un poco contradictorio, ya que se hace patente en cuanto a las acciones expresivas más no en las acciones ejecutivas, es decir, quienes no fuman no emiten comentarios o palabras si alguien se encuentra fumando; pero, sí realizan gesticulaciones de desagrado y movimientos corporales para alejar el humo del tabaco, debido a la representación social que tienen, la cual es el rechazo al humo del tabaco y hacia los que sí fuman.

Por su parte quienes fuman, si se encuentran en un espacio abierto para fumar y convergen con quienes no fuman, les resulta incómodo, pero respetan a quienes no fuman y tratan de que el humo los llegue a impregnar, realizan acciones ejecutivas como moverse hacia atrás, mover la mano para despejar el humo del tabaco e inclusive mencionan la única palabra que mencionan o emiten sólo es “perdón” a quienes no fuman.

Así mismo, se sienten cómodos con sus pares aun cuando no exista un vínculo de amistad o confianza; inclusive el cigarro ha servido como vehículo para iniciar la interacción, ya sea pidiendo un cigarro o un encendedor, lo cual puede fomentar una conversación mientras fuman ya que así han iniciado algunas amistades.

Ahora bien, si existe un clima de confianza entre la comunidad universitaria que fuma y no, las acciones expresivas sí se hacen presentes; ya que ambas partes pueden hacer comentarios en las que se refleja la representación social, ya sea cuestionando *el por qué fuman, el que huelen feo, el que son adictos o que son payasas por no fumar*. Las acciones expresivas son mayores cuando existe un vínculo de amistad o confianza entre quienes fuman y no; y no afecta la interacción entre ellos.

Conclusiones

La siguiente investigación identificó la relación que existe entre las representaciones sociales - sobre fumar y quienes fuman o no - y las acciones comunicativas de la comunidad universitaria que fuman y no; para ello se describió el cómo se vinculan las representaciones sociales y las acciones comunicativas. Al respecto, las representaciones sociales sobre fumar y sobre quienes fuman y no, se configuran a través de la información o narración que brinda la familia, las prácticas sociales y la interacción; esta información y la introyección que las y los integrantes de comunidad universitaria realizan, conforma el pensamiento del sentido común sobre fumar, sobre quienes fuman y no, y sobre lo que este hábito implica; el vehículo para su conocimiento o reforzamiento es la comunicación.

Las actitudes, valores, opiniones, ideas, creencias y acciones comunicativas que se identificaron de las y los estudiantes sobre fumar y quienes fuman y no, son: fumar es malo, dañino y quienes no fuman son personas saludables. La representación social sobre fumar es negativa, (incluso para quienes fuman) y se manifiesta en la interacción entre la comunidad universitaria a través de las acciones comunicativas.

Las prácticas y acciones sociales cuando converge la comunidad universitaria son determinantes para introyectar, configurar y reforzar las ideas y creencias sobre fumar y sobre quienes lo hacen o no.

Con base en el análisis de los resultados de las entrevistas semiestructuradas aplicadas se registró que la representación que tiene la comunidad universitaria, que fuma y no, se hace presente a través de las acciones comunicativas en el siguiente orden de prelación: ejecutivas, expresivas y coactivas.

Las acciones ejecutivas (como menciona Martín- Serrano, transportan señales – indicaciones para generar preceptos) y por parte de quienes no fuman, las hacen tangibles al realizar movimientos que alejen el humo del tabaco, con la finalidad de que el humo de tabaco no llegue a ellas y ellos; así como fruncir el ceño o taparse la nariz con la intención de manifestar su desaprobación sobre la acción de fumar de los otros. Aun cuando dicen ser tolerantes.

En cuanto a quienes fuman mencionaron que sí perciben tales acciones aun cuando se encuentren en un área al aire libre; pero, empatizan con ellas y ellos y se mueven hacia atrás para no incomodar, pues consideran y saben que es molesto para quienes no tienen ese hábito.

El vínculo de confianza es un factor relevante, para el desarrollo de las acciones comunicativas, en este caso las acciones ejecutivas aparecen cuando no existe vínculo y las acciones expresivas aparecen más cuando existe dicho vínculo.

Las acciones expresivas (elementos verbales en las que un agente indica a otro los preceptos) que recuerdan ambos grupos por fumar o no, son *vicioso* y *adicto* (quienes fuman) y *anticuada* (o) o *payasa* (quienes no fuman). Por lo que las palabras, o acciones expresivas, muestran la carga significativa e informativa sobre lo que representa fumar y quienes fuman, tanto para quienes lo hacen y no.

Ahora bien, cuando quienes fuman se encuentran con sus pares, las acciones expresivas son para solicitar un cigarro, un encendedor o empezar a fumar. La representación social que existe entre ellos es positiva, es de socializar y platicar.

Por último, las acciones coactivas (cuando el sujeto quiere lograr o conseguir algo aun cuando le han indicado lo contrario) se hacen presentes cuando quienes no fuman identifican a compañeras y compañeros que se encuentran fumando y deciden no acercarse o esperar a que terminen su cigarro por la molestia que les provoca el humo. De igual forma, quienes fuman si desean fumar e identifican a quienes no lo hacen, no se acercan pues saben que les molesta. Por lo que existe una relación entre las acciones ejecutivas y coactivas, ya que hay una anticipación y adecuación del comportamiento de ambos grupos.

Así mismo, se identificó y describió si el hecho de fumar afecta, o no, la interacción comunicativa entre la comunidad universitaria que fuma y no. Al respecto, los resultados arrojaron que fumar sí afecta la interacción ya sea que se fume o no. Pues como se mencionó anteriormente existe una anticipación de quienes fuman y no, si se identifican; no existe acercamiento si necesitan comunicarse ya que a unos les molesta el humo y otros no quieren incomodar o bien quieren fumar su cigarro.

Ahora bien, si se reúnen quienes fuman, no hay afectación, al contrario, el hecho de hacerlo ha propiciado la interacción comunicativa al solicitar un cigarro, un encendedor o sólo por el hecho de fumar.

Con base en lo expuesto por el grupo experto en Comunicación, fumar no facilita la comunicación entre quienes fuman y no; pero lo que comunican ambos es lo que determina su comportamiento, más que la restricción. Si se pertenece a un grupo fumador, fuman; si se pertenece a un grupo no fumador, no lo harán.

Actualmente, el conocimiento del sentido común entre la comunidad universitaria es no fumar, aun en espacios abiertos. Lo anterior se expresó principalmente por quienes no fuman, y quienes fuman deben acatar la prescripción y adecuar su comportamiento.

Si alguien desea fumar o está fumando, tal como menciona Martín- Serrano (2007), surge una acción ejecutiva sobre los deseos individuales y surge también un control a nivel expresivo, ambas indicaciones se hacen manifiestas en la interacción, muestran la valoración social que se tiene sobre fumar y determinan las interacciones entre la comunidad universitaria. Y trae como consecuencia una represión social.

Al respecto, quienes fuman ejercen su libertad de hacerlo de acuerdo a las circunstancias, tomando en cuenta el costo de su comportamiento y como mencionan Beauvois y Jule (1981) acatan una conducta de sumisión y adecuan su comportamiento ante las acciones que se manifiestan sobre el conocimiento del sentido común.

Por lo que se afirma lo sugerido por Chávez (2004) quien menciona que para que exista mayor efecto en la disminución el tabaquismo, además de la razón por medio de la información, es la **presión social** ejercida a nivel individual por la que se obtendría un mejor resultado.

De modo que, la interacción, lo que se ejecuta o se dice, además de conformar las ideas, valores y creencias respecto a fumar, y aun cuando cada quien realiza su introyección hacia lo establecido al respecto, sí afecta la interacción entre la comunidad universitaria y son acciones de peso para que quienes fuman y no ajusten su comportamiento.

Al concluir la investigación surgen los siguientes cuestionamientos:

¿Por qué si quienes fuman reconocen que fumar es malo o dañino lo siguen haciendo?

¿Qué representación social y acciones comunicativas existen en el caso de quienes fuman marihuana?

Estas preguntas pueden ser potenciales para estudios posteriores, principalmente en el ámbito social, psicológico y de comunicación, ya que el tema ha sido más desarrollado desde la perspectiva clínica o de salud. Haciendo notar que los estudios de investigación sobre Comunicación son interdisciplinarios.

Esta investigación brinda información sobre cómo se conforman las ideas, creencias y comportamientos respecto a un objeto, acontecimiento o persona en un grupo social; quién las establece, cómo se difunden y cómo se comunican en la interacción con los otros. Y presenta lo que dice, hace y piensa la comunidad universitaria respecto al consumo de tabaco; lo cual, puede coadyuvar en investigaciones referentes para identificar qué representan, cómo y qué se dice de otros discursos, otros objetos sociales y el comportamiento de los sujetos sociales.

Referencias

Abric, J (2001) Las prácticas sociales y las representaciones. Ediciones Coyoacán. México recuperado de [file:///C:/Users/pc/Downloads/262dc7_practicas-sociales-full%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/262dc7_practicas-sociales-full%20(4).pdf)

Álvarez- Gayou, J. (2003) Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. México. Ed. Paidós. Retomado el 4 de noviembre de 2020 de <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>

Araya, S. (2002). Las representaciones sociales, ejes teóricos para su discusión. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Costa Rica. Recuperado el 29 de agosto del 2019 de

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/ICAP/UNPAN027076.pdf>

Aristóteles. *El hombre y la sociedad Cap. 3* Recuperado el 22 de marzo del 2020 de http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020115361/1020115361_006.pdf

Ariztía, Tomás. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta de moebio*, (59), 221-234. Recuperado el 4 de noviembre de 2020 de <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2017000200221>

Arjonilla, S. Pelcastre, B. Orozco, E. (2000) Representación social del consumo de tabaco en una institución de salud Mental, vol. 23, núm. 3. pp. 2-12 Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz Distrito Federal, México. Recuperado el 14 de septiembre de <http://www.redalyc.org/pdf/582/58232301.pdf>

British American Tobacco México. Recuperado el 3 de octubre de 2019 de <http://www.batmexico.com.mx/>

Chávez, R. López, F. Regalado, J. Espinosa, M. (2004). Consumo de tabaco, una enfermedad social. *Revista del Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias*, 17(3), 204-214. Recuperado en 07 de mayo de 2020, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018775852004000300007&lng=es&tlng=es.

<https://www.medigraphic.com/pdfs/iner/in-2004/in043g.pdf>

Cofepris (2018) Alerta Sanitaria. Recuperado el 30 de agosto del 2019 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/333368/Alerta_Sanitaria_tabaco_junio_2018.pdf

Conadic (2012). Guía preventiva: qué onda con el tabaco. Recuperado 30 de agosto 2019 de http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/programas/tabacq_cap1.pdf

Colegio de México (2020) Diccionario del Español de México. Recuperado el 1 de noviembre de 2020 de <https://dem.colmex.mx/ver/vicio>

Compendio de Indicadores CMCT de la OMS 1ª. Edición (2015). Recuperado el 30 de octubre de 2020 de

https://www.who.int/fctc/reporting/who_fctc_indicator_compendium_1st_edition_es.pdf?ua=1

[Cuevas, Y \(2016\) Recomendaciones para el estudio de las representaciones sociales e investigación educativa. Recuperado el 13 de noviembre de 2019 de](#)

<http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v11n21/2007-8110-crs-11-21-00109.pdf>

Giménez, G. (2005) *Teoría y análisis de la cultura. Vol.1* . México. CONACULTA.

Recuperado el 20 de marzo del 2020 de Repositorio del IIS-UNAM

http://ru.iis.sociales.unam.mx/jspui/bitstream/iis/535/2/teoria_y_analisis_de_la_cultura.pdf

Giménez, G. (2011) *Comunicación, cultura e identidad: Reflexiones epistemológicas*. Recuperado el 29 Agosto 2019 de <http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v6n11/v6n11a5.pdf>

Glosario Comisión Europea (2021) recuperado el 1 de abril 2021 de https://ec.europa.eu/health/scientific_committees/opinions_layman/security-scanners/es/glosario/def/efecto-adverso-para-la-salud-efecto-nocivo-para-la-salud.htm#top

Hernández, C. Rodríguez, N. Vargas, Á. (2012). Los hábitos de estudio y motivación para el aprendizaje de los alumnos en tres carreras de ingeniería en un tecnológico federal de

la ciudad de México. *Revista de la educación superior*, 41(163), 67-87. Recuperado en 02 de noviembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602012000300003&lng=es&tlng=es.

Japan Tobacco International México. Recuperado el 4 de octubre 2019 de <https://www.jti.com/es/americas/mexico>

Kelly, W (1982) *Psicología de la Educación*. Madrid. Ediciones Morata (p.171) Recuperado el 4 de mayo de 2020 de

https://books.google.com.mx/books?id=ECaz9yx8MScC&pg=PA171&dq=habito+definici%C3%B3n&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjo7PSP_pvpAhUIca0KHTU4AXoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=habito%20definici%C3%B3n&f=false

La neta del tabaco y algo más (2016) Secretaria de Salud Pública México. Recuperado el 5 de mayo de 2020 de http://www.conadic.salud.gob.mx/Guia_Preventivas/La_neta_del_tabaco.pdf

Lamo de Espinosa (1988) El vicio y la ambivalencia normativa recuperado el 1 de abril de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249184>: [REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas](#), ISSN 0210-5233, [Nº 42, 1988](#), págs. 7-44

Ley General para el Control del Tabaco DOF (2008) Recuperado el 7 de octubre de 2019 de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCT_150618.pdf

Ley de Prevención del Tabaquismo y de Protección ante la Exposición al Humo de Tabaco en el Estado de México (2012) Recuperado el 7 de octubre de 2019 de <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig188.pdf>

López. P. (2018) Más de 22 mil alumnos en Acatlán. *Gaceta UNAM*. Recuperado el 20 de noviembre de 2019 de <https://www.gaceta.unam.mx/mas-de-22-mil-alumnos-en-acatlan/>

Manual de Procedimientos Estandarizados para la Vigilancia Epidemiológica de las Adicciones (2011) Secretaría de Salud. Recuperado el 7 de mayo de 2020 de http://187.191.75.115/gobmx/salud/documentos/manuales/02_Manual_Adicciones.pdf

Martín- Crespo, M. Salamanca, A. (2007) El muestreo en la investigación cualitativa. Recuperado el 5 de noviembre de 2020 de

<https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/340/330>

Martín- Serrano, M. (2007) Cap. 16 Acciones Comunicativas. *Teoría de la comunicación: la comunicación, la sociedad y la vida*. (p.191) México. Ed. Mc Graw Hill.

Martín- Serrano, M. (1986). La producción social de la comunicación. *Signo Y Pensamiento*, 5(9), 47 - 57. Recuperado el 20 de octubre de 2020 a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5773>

Moscovici, S (1979) El psicoanálisis, su imagen y su público. Buenos Aires, Argentina. Ed. Huemul. <https://taniars.files.wordpress.com/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf>

Mora, M. (2002) La teoría de las representaciones sociales de Sergei Moscovici. Universidad de Guadalajara. recuperado el 10 septiembre de 2020 <https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n2/15788946n2a8.pdf>

Moreno, J. (2003) Tabaquismo. Programa para dejar de fumar. Centro de Prevención del Alcoholismo y Tabaquismo. Ayuntamiento de Madrid. Área de Salud y Consumo Recuperado el 4 de mayo de 2020 de

<https://books.google.com.mx/books?id=yPWXcQFV8n0C&pg=PA98&dq=habito+de+fumar&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjB15Ht65vpAhVKWq0KHskoCN8Q6AEISzAF#v=onepage&q=habito%20de%20fumar&f=false>

Organización Panamericana de la Salud México recuperado el 30 de octubre de 2020 de https://www.paho.org/mex/index.php?option=com_content&view=article&id=311:prevencion-control-tabaquismo&Itemid=387

Philip Morris México. Recuperado el 3 de octubre de 2019 de <https://www.pmi.com/markets/mexico/es/about-us/overview>

Philip Morris México. *Hablemos de alternativas no de prohibición*. Recuperado el 28 de mayo de 2021 <https://futurosinhumo.com.mx/>

Real Academia Española (2019) Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 2 de noviembre de 2020 de <https://dle.rae.es/vicio>

Rubio, H. Rubio, A. (2006) *Breves comentarios sobre la historia del tabaco y el tabaquismo*. Revista del Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias, México. Recuperado 26 de agosto de 2019 de la base de datos SciELO.

Rubira-García, Rainer, & Puebla-Martínez, Belén. (2018). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia*, 25(76), 147-167. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S140514352018000100147&lng=es&nrm=iso

<http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v25n76/2448-5799-conver-25-76-00147.pdf>

Secretaría de Salud (01 de junio de 2017) Dile No al consumo de tabaco. Recuperado el 22 de marzo de 2021 de <https://www.gob.mx/salud/articulos/dile-no-al-consumo-de-tabaco>

Anexos

Guion metodológico

Pregunta general de investigación:

¿Qué relación hay entre las representaciones sociales- sobre fumar y quienes fuman o no - y las acciones comunicativas de la comunidad universitaria que fuma y no?

Objetivo: Identificar la relación que existe entre las representaciones sociales - sobre fumar y quienes fuman y no- y las acciones comunicativas de la comunidad universitaria que fuma y no.

Preguntas particulares

1. ¿Cómo se vinculan las representaciones sociales con las acciones comunicativas?

Objetivo: Describir cómo se vinculan las representaciones sociales y las acciones comunicativas.

2. ¿Qué actitudes, valores, opiniones, ideas, creencias y acciones comunicativas tienen quienes fuman y no, sobre fumar y quienes fuman?

Objetivo: Identificar qué actitudes, valores, opiniones, ideas, creencias y acciones comunicativas quienes fuman y no sobre fumar y quienes fuman.

3. ¿Fumar afecta, o no, las acciones comunicativas en la interacción entre quienes fuman y no?

Objetivo: Identificar y describir si el hecho de fumar afecta, o no, la interacción entre quienes fuman y no.

Ahora bien, el siguiente esquema tiene como finalidad explicar las fuentes de información, técnicas e instrumentos para la obtención de respuestas a los cuestionamientos anteriores y lograr los objetivos.

¿Qué información busco?	Fuentes de información ¿Dónde lo busco?	¿Con qué técnica?	¿Con qué instrumentos?
-------------------------	---	-------------------	------------------------

<p>1. ¿Cómo se vinculan las representaciones sociales con las acciones comunicativas?</p>	<p>Abric, J (2001) <i>Las prácticas sociales y las representaciones</i>. Ediciones Coyoacán.</p> <p>Araya (2002) <i>Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión</i>.</p> <p>Giménez (2005) <i>Teoría y análisis de la cultura</i>.</p> <p>Giménez (2011) <i>Comunicación, cultura e identidad: Reflexiones epistemológicas</i></p> <p>Martín- Serrano (2007) <i>Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad</i>.</p> <p>Martín- Serrano (1986). La producción social de la comunicación. <i>Signo Y Pensamiento</i>, 5(9), 47 - 57.</p>	<p>Análisis documental</p>	<p>Ficha de análisis documental</p>
<p>2. ¿Qué actitudes, opiniones, creencias ideas y acciones</p>	<p>Estudiantes universitarios</p>	<p>Entrevista Semiestructurada</p>	<p>Cuestionario Preguntas cerradas, de</p>

comunicativas tienen quienes fuman y no sobre fumar y quienes fuman?			asociación de palabras y escala de actitud.
3. ¿Fumar afecta, o no, las acciones comunicativas entre quienes fuman y no?	Expertas y/o expertos en comunicación.	Entrevista	Cuestionario

La metodología a emplear será de carácter cualitativo para describir e interpretar el fenómeno, ya que permitirá registrar las observaciones y los significados que los sujetos dan a sus experiencias de vida. Y de esta forma, como menciona Álvarez- Gayou (2003); realizar un ajuste entre los datos y lo que la gente dice o hace para obtener un conocimiento de la vida social.

Los métodos para la obtención de información son:

- Entrevista a personas expertas en comunicación.
- Entrevistas semiestructuradas con preguntas de asociación libre.

Las entrevistas a personas expertas en comunicación tienen como finalidad obtener información sobre la realidad del contexto universitario, conocer su punto de vista desde la comunicación sobre si el hábito de fumar se relaciona con las acciones comunicativas y obtener respuestas preliminares respecto al objeto de estudio para enriquecer la interpretación.

Cabe mencionar que para realizar el estudio de las representaciones sociales y de conformidad con Cuevas (2016) se deben reunir tres elementos: el objeto de representación, un sujeto que construye la representación social y un contexto en el cual surge la representación.

Siendo el objeto de representación el hábito de fumar y las personas fumadoras y no fumadoras, el sujeto que construye la representación social los estudiantes universitarios de que fuman y no. Y por último el contexto universitario el cual consiste en identificar el espacio, el tiempo y situaciones donde surgió esa representación social. (Jodelet, 2008 citado por Cuevas 2016)

Moscovici (1979) y Jodelet (2008) mencionan que la entrevista es una herramienta indispensable para el estudio de las representaciones sociales ya que se puede conocer el discurso de los sujetos y plasman las representaciones de manera más natural (Cuevas, 2016). Así mismo, Cuevas sugiere la entrevista semiestructurada, en la cual se diseñan una serie de preguntas relacionadas con el objeto de estudio, con preguntas flexibles en las que se puede solicitar la aclaración del entrevistado y generar otras preguntas durante la conversación. Y construir ejes de análisis que servirán para indagar sobre el objeto de estudio, el vínculo entre el marco de referencia y la evidencia empírica.

Con base en lo anterior, se construyó un instrumento primero para obtener información sobre el sujeto; su relación con el objeto social y posteriormente sobre qué actitudes, valores, opiniones, ideas, creencias y acciones comunicativas tienen las y los estudiantes de licenciatura respecto a fumar y las personas fumadoras dentro de su contexto universitario.

Este instrumento toma como ejemplo los ejes de análisis propuestos por Cuevas (2016) para el estudio de las representaciones sociales: a) condiciones de producción de las representaciones sociales, b) campo de información, c) campo de representación y d) campo de actitud. Sin embargo, se realizó una adecuación en los ejes de análisis para integrar el estudio de las acciones comunicativas. Y el siguiente esquema presenta tanto los ejes de análisis y las preguntas del instrumento que darán respuesta a las preguntas particulares de la investigación:

Ejes de análisis y preguntas particulares	Cuestionario para entrevistas a personas que fuman	Cuestionario para entrevistas a personas que no fuman
Condiciones de	¿Convives con personas fumadoras en la universidad? ¿Tienes compañeras o compañeros que no fumen?	¿Convives con personas fumadoras en la universidad? Las y los compañeros de licenciatura saben que eres no fumador_

<p>producción de las representaciones sociales.</p>	<p>En términos del contexto universitario: ¿En qué lugares de la universidad o cercanos a ella fumas en un día normal? _____ ¿Cómo distingues a las personas no fumadoras en lugares habituales para personas fumadoras? _____ ¿En qué momentos fumas? _____ ¿Fumas de forma individual o en compañía de quién? _____ Acudo a lugares donde están personas fumadoras para _____</p>	<p>En términos del contexto universitario: ¿En qué lugares de la universidad o cercanos a ella se reúnen las personas para fumar? ____ Si acudo a lugares donde están personas fumadoras es para ____ ¿Cómo te distingues (o te haces distinguir) de las personas fumadoras en estos lugares _____</p>
<p>Campo de información</p>	<p>Conoces la Ley General para el Control del Tabaco _____ ¿Cómo te enteraste de los lugares donde no se puede fumar? _____ Sabes identificar los lugares donde no está permitido fumar _____ ¿Cómo distingues los espacios para fumar o no fumar si no existen señalamientos? _____ ¿Hay contenidos relacionados en medios de difusión que presenten personas fumando tabaco? De ser así ¿Cuáles? _____ y en qué medio (s) los has visto o escuchado _____ ¿Qué representan para ti? _____ ¿Hay mensajes que te sugieran cómo interactuar con personas no fumadoras? _____ De ser así ¿Cuáles? _____ Y ¿Dónde los has visto o escuchado? _____</p>	<p>Conoces la Ley General para el Control del Tabaco _____ ¿Cómo te enteraste de los lugares donde no se puede fumar? _____ ¿Cómo distingues los espacios para fumar dentro de la universidad o cercanos a ella si no existen señalamientos? _____ ¿Hay contenidos relacionados en medios de difusión que presenten personas fumando tabaco? De ser así ¿Cuáles? _____ y en qué medio (s) los has visto o escuchado? _____ ¿Qué representan para ti? _____ ¿Hay mensajes que te sugieran cómo interactuar con personas fumadoras? _____ De ser así ¿Cuáles? _____ Y ¿Dónde los has visto o escuchado? _____</p>
<p>Campo de representación Campo de la actitud ¿Qué actitudes, opiniones, creencias ideas y acciones comunicativas tiene la</p>	<p>A continuación, te pido que menciones la primera idea relacionada con las siguientes preguntas: Aprendí a fumar para _____ Aprendí a fumar por _____ Fumar es _____ Fumo para _____ El fumar me provoca _____ La idea que viene a mi mente cuando fumo es _____ Fumar significa _____ Las personas que fuman son... _____ No Fumar significa _____ Las personas que no fuman son _____ El tabaco representa _____ ¿Cómo te percibes como fumador (a)? _____</p>	<p>A continuación, te pido que menciones la primera idea relacionada con las siguientes preguntas: Fumar es _____ Fumar significa _____ El fumar me provoca _____ No fumo por _____ Las personas fuman para _____ Las personas que fuman son _____ La idea que viene a mi mente cuando alguien fuma es _____ Las personas que fuman me provocan _____ Aprendí a no fumar por _____ No Fumar significa _____ El tabaco representa _____ ¿Cómo te percibes como no fumador (a)? _____</p>

comunicativas?	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	<p>Hago comentarios cuando un compañero (a) ha fumado y se acerca a nosotros.</p> <table border="1"> <tr> <td>Siempre</td> <td>Casi siempre</td> <td>Algunas veces</td> <td>Nunca</td> </tr> </table> <p>¿Qué comentarios hacen? _____</p> <p>¿Esos comentarios afectan tu interacción posterior con ellos? _____.</p> <p>Si la respuesta es afirmativa ¿Cómo es la afectación? _____</p> <p>¿Fumar afecta las acciones comunicativas?</p> <p>Consideras que fumar es una forma para propiciar la comunicación con tus pares. SÍ NO ¿Por qué? _____</p> <p>Consideras que fumar es una barrera para comunicarte con tus pares. SÍ NO ¿Por qué? _____</p> <p>El fumar ha modificado tu relación con los demás. SÍ NO y ¿Cómo? _____</p> <p>¿Cómo le haces para establecer comunicación con aquellas personas que no fuman? _____</p> <p>¿Qué palabra recuerdas que te han dicho por ser una persona fumadora? _____</p>	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca					

Cabe mencionar que por cuestiones de salud ante la pandemia derivada de la propagación del virus llamado COVID-19 y en observancia a las políticas públicas entre las cuales se plantea el distanciamiento social y el cierre de actividades presenciales en instituciones educativas en todos sus tipos y niveles, el universo de estudio se reduce a la comunidad universitaria que se encuentre cursando a partir del tercer semestre de licenciatura; ya que ellos tuvieron oportunidad de convivir con sus pares dentro de sus instituciones educativas antes del cierre por la pandemia.

Con base en lo anterior y para asegurar la viabilidad y representatividad de la investigación las personas entrevistadas serán estudiantes de licenciatura de la Facultad de Estudios Superiores (FES) Acatlán de la Universidad Nacional Autónoma de México y de otras universidades, que fumen o no, que se encuentren cursando cualquier semestre de su

licenciatura y que hayan tenido contacto con personas fumadoras dentro del centro educativo universitario.

Los sujetos serán seleccionados a través de un muestreo por conveniencia, es decir, que cumplan con las características antes mencionadas y deseen participar de forma voluntaria para contestar el cuestionario para personas fumadoras y no fumadoras a través de una entrevista pactada y realizada por medio de la plataforma digital Zoom.

Ahora bien, Álvarez- Gayou (2003) menciona que:

“La validez del estudio se obtendrá a partir del aseguramiento de la situación real y verdadera de las personas que se investiga y en este sentido; será preferible hablar de autenticidad más que de validez, esto significa que las personas logren expresar realmente su sentir” (p.32)

Por lo que, y para efecto de la investigación, la validez se logrará a través de entrevistas realizadas a estudiantes de licenciatura, que fumen o no, con la finalidad de que expresen sus ideas, valores, creencias y acciones comunicativas ante el hecho de fumar. Para ello, se ha solicitado el apoyo y la autorización del Dr. Alejandro Byrd Orozco, la Mtra. Mirna Téllez Ordaz y del Mtro. Fernando Martínez, quienes imparten cátedra a estudiantes de licenciatura en la FES Acatlán y han permitido el acceso a la investigadora, durante sus clases impartidas de forma presencial a distancia a través de la plataforma digital Zoom, para invitar a los estudiantes a ser partícipes de la investigación y concretar una entrevista de forma virtual.

Después de ese primer contacto, a través de la invitación en clase, los estudiantes interesados escribirán al correo personal de la investigadora para indicarle el día y la hora para la entrevista. Así mismo, se les informa que, para efectos de comprobación, confiabilidad de datos y sólo para efectos de la investigación, la entrevista deberá ser grabada.

En cuanto a la confiabilidad, esta se logrará a partir de la concordancia de datos; es decir, de una corroboración estructural (Eisner retomado por Martínez, M. 1999 retomado por Álvarez- Gayou 2003), la cual consiste en la obtención y reunión de datos para realizar su vinculación y apoyar la evidencia de lo que se pretende investigar.

Por lo tanto, se prevé realizar un total de 30 entrevistas; de las cuales 15 serán a quienes fuman y 15 a quienes no. Sin embargo, la muestra podrá sufrir un ajuste dependiendo de la saturación de información que aporten los participantes de forma que enriquezcan o desafíen los conceptos de la investigación.

Las respuestas emitidas durante las entrevistas pueden ser consultadas en:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_JdMB4JUQRQMhNvEf63SNsrr4WG6rmUOb7okVYf-2oU/edit?usp=sharing

