



LAS MUJERES Y EL TABACO: TENDENCIAS MUNDIALES

“Es probable que el porcentaje de mujeres en el total de fumadores se incremente. Las mujeres están adoptando roles más dominantes en la sociedad, han incrementado su poder adquisitivo... Todo ello hace que las mujeres sean un blanco importante...”
--Tobacco Reporter, 1998¹

El control del tabaco es un tema de salud fundamental para las mujeres. Actualmente, los hombres fuman cuatro veces más que las mujeres, pero mientras que los índices de consumo de tabaco entre los hombres han alcanzado su punto máximo², el consumo de cigarrillos entre las mujeres está todavía en aumento³. Esto se da especialmente en los países en vías de desarrollo, y en un grupo de países del sur, centro y este de Europa. Para la industria tabacalera, la venta de productos del tabaco a mujeres y a niñas de los países en vías de desarrollo representa una de las oportunidades más grandes para comercializar sus productos en el mundo⁴.

Doscientos cincuenta millones de mujeres fuman⁵. Si el porcentaje de mujeres que fuma en los países en vías de desarrollo aumenta a los niveles de consumo registrados entre los hombres, el número de mujeres fumadoras en la próxima generación se duplicará y superará los 500 millones⁶. Dado que las mujeres que fuman mueren por causa de las mismas enfermedades relacionadas con el tabaco que los hombres, el aumento tendrá efectos dramáticos para la salud de las mujeres, y la salud e ingreso de sus familias^{1,7,8}. Además, las mujeres fumadoras también corren el riesgo de desarrollar cáncer de los órganos reproductivos y osteoporosis⁹. El consumo de tabaco también contribuye a la pobreza en formas que afectan especialmente la salud de las mujeres¹⁰.

A pesar de que los peligros para las mujeres se conocen, durante décadas las compañías tabacaleras han apuntado a las mujeres y niñas utilizando temas de *marketing* que asocian el consumo de tabaco con el deseo universal de la mujer de ser independiente y libre, más seductora y bella; a través de productos diseñados específicamente para captar la atención de las mujeres, por ejemplo cigarrillos aromatizados y envoltorios novedosos¹¹. En la actualidad, la industria tabacalera utiliza los mismos temas cautivadores para atraer a las mujeres de las naciones en vías de desarrollo. Sin embargo, es posible evitar el aumento previsto del consumo de tabaco adoptando políticas y programas que han demostrado ser efectivos para reducir el consumo de tabaco. Es posible evitar la epidemia de enfermedades relacionadas con el tabaco, que se supone afectará a las mujeres de todo el mundo; a través de restricciones a las campañas de *marketing* del tabaco; la adopción de severas advertencias sobre la salud; el aumento del precio y la disminución del acceso a los productos del tabaco; la extensión de la protección contra el humo de segunda mano; y la puesta en marcha de campañas efectivas de educación pública que contrarresten las campañas de *marketing* de la industria tabacalera.

Aumenta la cantidad de mujeres y niñas que consumen tabaco en los países en vías de desarrollo

- Los índices de consumo de tabaco entre las mujeres y niñas varían abruptamente de un país a otro. Un promedio del 22% de las mujeres en países desarrollados fuma diariamente, pero en las naciones en vías de desarrollo fuma sólo un promedio del 9% de las mujeres⁵.
- Históricamente, el consumo de cigarrillos siempre aumenta primero entre los hombres. El consumo de cigarrillos se incrementó rápidamente hace unas décadas entre las mujeres de muchos países desarrollados, por ejemplo Australia, Canadá, el Reino Unido y los EE. UU., a niveles equiparables con el consumo de los hombres y ahora está disminuyendo. Sin embargo, las cifras continúan aumentando en otros países desarrollados donde las mujeres comenzaron a fumar en gran medida hace poco tiempo⁵ y, lo que es aun más importante, en los países en vías de desarrollo.
- También existen grandes disparidades de un país a otro respecto de los índices de consumo de tabaco entre las niñas. Por ejemplo, en los EE. UU., Chile, Grecia, Uruguay y muchos otros países no hay diferencias en el consumo de tabaco entre niños y niñas. En contraposición, en Indonesia, Nepal,

Tailandia, China, gran parte de India y en otros países; son muchas menos niñas las que consumen tabaco, en relación con los niños¹².

- Los mayores índices de consumo entre las mujeres están influenciados por una serie de factores. En efecto, están influenciados por los cambiantes roles y la situación económica de las mujeres como consecuencia del crecimiento de la economía y los nuevos factores sociales y culturales que surgen a partir de la modernización de los países¹³. Sin embargo, a menudo es el *marketing* del tabaco dirigido a las mujeres lo que crea una vinculación entre el consumo de tabaco y estos cambios sociales y económicos¹.
- La cantidad de mujeres fumadoras en el mundo desarrollado se incrementará considerablemente si no se toma alguna medida para impedir que las compañías tabacaleras apunten a las mujeres y niñas.
- Aunque pueda controlarse el aumento de los índices de consumo de tabaco entre las mujeres, el crecimiento de la población femenina en el mundo en vías de desarrollo por sí solo incrementará drásticamente la cantidad de mujeres fumadoras.

El tabaco es especialmente perjudicial para la salud de las mujeres

- Todas las formas del tabaco son adictivas y mortales. La evidencia científica es concluyente con respecto a que el consumo de cigarrillos provoca varios tipos de cáncer (entre ellos el cáncer de pulmón, boca, esófago, laringe, faringe, estómago y páncreas), insuficiencia cardíaca, derrame cerebral, enfisema, bronquitis crónica, lesiones precancerosas, enfermedades de las encías, leucoplasia, adicción a la nicotina y una gran variedad de enfermedades mortales, tanto en hombres como en mujeres^{14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21}.
- Además, las mujeres fumadoras corren mayor riesgo de desarrollar cáncer cervical y osteoporosis que las mujeres no fumadoras⁹.
- El consumo de cigarrillos por parte de las mujeres aumenta el riesgo de sufrir abortos espontáneos, de dar a luz a un niño sin vida o a un niño con bajo peso al nacer que padezca problemas médicos serios, e infertilidad. Las mujeres que fuman también pueden tener menstruaciones dolorosas y menopausia prematura²².
- Las mujeres que toman anticonceptivos orales tienen un riesgo significativamente mayor de sufrir insuficiencia cardíaca si fuman, que aquéllas que no fuman. Las mujeres fumadoras también tienen un alto riesgo de padecer derrame cerebral, hemorragia de las membranas que rodean el cerebro, endurecimiento de las arterias y muerte como consecuencia de un aneurisma aórtico²².
- El consumo de tabaco a menudo comienza a los 16 años; a las niñas les resulta más difícil dejar de fumar, sufren mayor dependencia de la conducta y tienen más emociones negativas durante los intentos de dejar este hábito.^{23, 24}
- El tabaco contribuye a la pobreza en formas que afectan particularmente a las mujeres que son madres y jefas de hogar. En Bangladesh, por ejemplo, un tercio de la población vive con menos de \$1 diario y casi la mitad de los niños menores de 5 años sufren desnutrición¹⁰. Un estudio reveló que, si una mujer fumadora de Bangladesh, en lugar de utilizar el dinero que gasta en tabaco lo destinara a comprar comida, podría adquirir alimentos que proveerían la significativa cantidad de 770 calorías por día.³
- El consumo de tabaco afecta la salud de las mujeres, ya que desvía recursos del hogar que de otro modo se invertirían en alimentos y en educación. En Indonesia, un estudio reveló que el grupo de menores ingresos gastaba más del 15% del total de gastos mensuales en tabaco, y en Brasil este grupo gastaba una proporción mayor de su ingreso en tabaco que en educación o en verduras.³

Las compañías tabacaleras apuntan a mujeres y a niñas con promesas de *glamour*, independencia y belleza

- En todo el mundo, la industria tabacalera gasta miles de millones de dólares en publicidad cada año. Las compañías tabacaleras promocionan cigarrillos a través de todos los medios posibles; entre ellos, la radio, televisión, revistas y diarios, carteles publicitarios y, últimamente, en Internet⁵.
- La industria tabacalera realiza grandes inversiones para apuntar a las mujeres y niñas mediante publicidades agresivas y seductoras que hacen hincapié en las ideas de independencia, emancipación, atractivo sexual y delgadez^{4, 25, 26}.

- Las compañías tabacaleras apuntan a las mujeres y a las niñas no sólo a través de anuncios publicitarios; las campañas de *marketing* del tabaco también utilizan los envoltorios, la promoción de la marca, el patrocinio y la integración del producto en la cultura popular, con el propósito de apuntar a las mujeres de diversas maneras⁴. Estos métodos abarcan el patrocinio de eventos y equipos deportivos, la promoción de conciertos de *rock* y discotecas, la impresión del logotipo de una marca en remeras, mochilas y otros productos de consumo popular entre los niños, y la entrega gratuita de cigarrillos y productos con la marca en las zonas donde se reúne la gente joven; por ejemplo, en conciertos de *rock*, discotecas y centros comerciales.
- No es algo nuevo que la industria tabacalera apunte a las mujeres. Ya en la década de 1920, las compañías tabacaleras emitían en los EE. UU. anuncios publicitarios dirigidos a las mujeres. Por ejemplo, Lucky Strike tenía una campaña publicitaria que incluía frases tales como “Enciende un Lucky y nunca extrañarás los dulces que te engordan”²⁸.
- La industria tabacalera continúa apuntando a las mujeres. En el año 2007, RJ Reynolds lanzó un nuevo cigarrillo para mujeres, Camel N.º 9, con el apoyo de una importante campaña de publicidad²⁷, publicando anuncios en revistas de moda de gran circulación entre los jóvenes, tales como Vogue, en las cuales se mostraban cigarrillos delgados en envoltorios coloridos y novedosos. Las compañías tabacaleras continúan apuntando a las mujeres. En China, uno de los fabricantes de cigarrillos autorizado por el estado, Nanjing Cigarette Factor, recientemente empezó a producir cigarrillos con aroma a naranja, un sabor que atrae particularmente a las mujeres chinas. Y el Gallagher Group, una compañía tabacalera británica, continúa comercializando cigarrillos Sobraine con filtros dorados en envoltorios de color pastel con nombres tales como “Slim Pinks” (“Finos y rosados”) para las mujeres de Rusia, patrocinando fiestas en las que se muestran anuncios publicitarios de cigarrillos y modelos masculinos con esmoquin en famosos clubes nocturnos y bares.
- La investigación ha demostrado que el *marketing* dirigido afecta los índices de consumo de tabaco entre las mujeres jóvenes. En Japón, el consumo de cigarrillos entre las mujeres jóvenes aumentó drásticamente del 8.6% ciento en 1986 al 18.2% en 1991, luego de una intensa campaña promocional dirigida a las mujeres y niñas²⁸. En Corea del Sur, el índice de consumo de cigarrillos de las jóvenes adolescentes era del 2% en 1988. Al año siguiente, después de que se importaran cigarrillos de los EE. UU. respaldados por campañas de publicidad al estilo estadounidense, el índice de consumo de cigarrillos de las jóvenes ascendió al 9%. En los EE. UU., el índice de iniciación del consumo de las niñas de 12 años aumentó un 110% en los seis años posteriores al lanzamiento de Virginia Slims²⁹.
- Las compañías tabacaleras occidentales, por ejemplo Philip Morris, están introduciendo sus marcas de manera efectiva en los países asiáticos entre las mujeres que se identifican con las mujeres occidentales y los estándares de belleza occidentales³⁰.
- Los anuncios publicitarios de tabaco apuntan al deseo de las mujeres de reducir de peso y apelan al creciente anhelo de las mujeres de tener independencia y libertad para elegir. En India, BAT introdujo la marca comercial de cigarrillos “Ms.,” dirigida a las “mujeres emancipadas”²⁸.
- Los cigarrillos “con bajo contenido de alquitrán” o “suaves” fueron desarrollados por las compañías de cigarrillos para responder a las inquietudes de los fumadores preocupados por cuidar su salud. Estudios posteriores han demostrado que el *marketing* de estos cigarrillos resulta particularmente atrayente para las mujeres^{1,31}. Si bien la evidencia científica ha demostrado que los cigarrillos “suaves” no disminuyen el riesgo de que los fumadores padezcan enfermedades³², las compañías tabacaleras han comercializado intensamente sus cigarrillos “suaves”, “ultra suaves” y “con bajo contenido de alquitrán” para los fumadores y las mujeres³². Dos marcas de cigarrillos “suaves” fueron introducidas en China con los nombres comerciales “Chahua” y “Yuren”, que literalmente significan “mujer bonita”²⁸.

La implementación de mejores políticas puede ayudar a proteger del tabaco a las mujeres y a las niñas

- Las mismas políticas que han demostrado ser eficaces para reducir el consumo de tabaco entre los hombres pueden proteger también a las mujeres. Las reglamentaciones de ambientes libres de humo, la publicidad antitabaco, las prohibiciones de *marketing* y publicidad del tabaco, las severas advertencias

gráficas sobre la salud en los envoltorios de tabaco y los incrementos de los impuestos al tabaco han demostrado ser medidas efectivas para reducir el consumo de tabaco y para salvar vidas^{33, 34}.

- La implementación de ambientes 100% libres de humo, entre ellos hogares y lugares de trabajo, es el método más efectivo para proteger a la gente, en especial a las mujeres, del humo de segunda mano³⁵. En China, casi el 50 por ciento de las mujeres de entre 35 y 74 años de edad vive con al menos un fumador, y más del 15 de estas mujeres están expuestas en el trabajo al humo de segunda mano durante más de 4 horas por día³⁶. En los EE. UU., si bien es necesario hacer más para proteger a las mujeres trabajadoras, la cantidad de mujeres que afirman que su lugar de trabajo es libre de humo aumentó casi un 25% entre 1992 y 2002, a medida que en los estados se sancionaban más leyes que prohibían fumar en espacios cerrados³⁴.
- Sólo las políticas impositivas que abarcan todos los tipos de tabaco, no solamente los cigarrillos, pueden proteger efectivamente a toda la población, ya que las mujeres y los hombres compran diferentes tipos de tabaco en distintas partes del mundo³⁷.
- La adopción e implementación del Convenio Marco para el Control del Tabaco (FCTC), que aborda temas importantes para proteger a las mujeres y a las niñas de las compañías tabacaleras, por ejemplo el contrabando y el acceso a apoyo para dejar de fumar³⁸, pueden ayudar a proteger del tabaco a todas las personas.

Campaign for Tobacco-Free Kids (TFK, Campaña para Niños Libres del Tabaco), 18 de julio de 2007

¹ Action on Smoking and Health. Big tobacco and women: what the tobacco industry's confidential documents reveal [monograph on the internet]. 22 November 1998 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.ash.org.uk/html/conduct/html/tobexpld8.html>.

² Samet JM, Yoon S, editors. Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century [monograph on the Internet]. Canada: WHO, 2001 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.who.int/tobacco/media/en/WomenMonograph.pdf>.

³ World Health Organization. World Health Report of 1998. Geneva, Switzerland: World Health Organization, 1999.

⁴ Kaufman NJ, Nichter, M. The Marketing of Tobacco To Women: Global Perspectives. In Samet JM, Yoon S editors, Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century [monograph on the Internet]. Canada: WHO, 2001 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.who.int/tobacco/media/en/WomenMonograph.pdf>.

⁵ Mackay J, Eriksen M, Shafey O. The Tobacco Atlas, 2nd Edition. Atlanta, GA: American Cancer Society (ACS), 2006.

⁶ Amos A, Haglund M. From social taboo to "torch of Freedom": The marketing of cigarettes to women. Tobacco Control, 2000;9:3-8.

⁷ Warren CW, Jones NR, Eriksen MP, Asma S. Patterns of global tobacco use. Lancet. 2006 Mar 4;367(9512):749-53.

⁸ Aghi M, Asma S, Yeong CC, Vanithinathan R. Initiation and Maintenance of Tobacco Use. In Samet JM, Yoon S editors, Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century [monograph on the Internet]. Canada: WHO, 2001 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.who.int/tobacco/media/en/WomenMonograph.pdf>.

⁹ Husten CG. Trends and effects of cigarette smoking among girls and women in the United States, 1965-1993, Journal of the American Medical Women's Association, 51(1-2), 1996.

¹⁰ Esson KM, Leeder SR. The Millennium Development Goals and Tobacco Control. World Health Organization, Geneva, Switzerland: WHO, 2004.

¹¹ Murray CC, Wayne GF, Connolly GN. Designing cigarettes for women: New findings from the tobacco industry documents. Addiction, 100, 837-851.

¹² Centers for Disease Control and Prevention, Global Youth Tobacco Surveys: Data Results by Country and by Year [home page on the Internet]. Atlanta, GA: CDC [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.cdc.gov/tobacco/global/GYTS/results.htm>.

¹³ Greaves L, Jategaonkar N, Sanchez S. Chapter 1. Tobacco or Equality? In Greaves L, Jategaonkar N, Sanchez S, editors. Turning a New Leaf: Women, Tobacco, and the Future. BCCEWH and INWAT, Vancouver: BCCEWH, 2006. Available from: http://www.inwat.org/pdf/newleafdoc_06-28-06.pdf.

¹⁴ Barry, M., Campaign for Tobacco-Free Kids (TFK) Factsheet, Health Harms from Secondhand Smoke [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0103.pdf>.

¹⁵ The Smokeless Tobacco Outreach and Prevention Guide: A Comprehensive Directory of Smokeless Tobacco Prevention and Cessation Resources, Applied Behavioral Science Press, 1997.

¹⁶ Hatsukami D, Severson H. Oral Spit Tobacco: Addiction, Prevention and Treatment. Nicotine & Tobacco Research 1:21-44, 1999.

- 17 The Health Consequences of Using Smokeless Tobacco: A Report of the Advisory Committee to the Surgeon General (1986), Bethesda, MD: HHS, Public Health Service, NIH Publication No. 86-2874, April 1986.
- 18 HHS. 10th Report on Carcinogens. National Toxicology Program, December 2002 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://ehp.niehs.nih.gov/roc/tenth/profiles/s176toba.pdf>.
- 19 WHO Scientific Advisory Committee on Tobacco Product Regulation, Scientific Advisory Committee on Tobacco Product Regulation Recommendation on Smokeless Tobacco Products, 2003.
- 20 Winn D. Snuff dippers and oral cancer among women in the southern United States. *New England Journal of Medicine* 304:745-9, 1981.
- 21 Mercado-Ortiz G, Wilson D, Jiang DJ, Reverse smoking and palatal mucosal changes in Filipino women. *Australian Dental Journal* 41:300-3, 1996.
- 22 Ernster V. Impact of Tobacco on Women's Health. In Samet JM, Yoon S editors, *Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century* [monograph on the Internet]. Canada: WHO, 2001 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.who.int/tobacco/media/en/WomenMonograph.pdf>.
- 23 Centers for Disease Control and Prevention. Surveillance for Selected Tobacco-Use Behaviors – United States, 1900-1994. *Morbidity and Mortality Weekly Report*. 43(SS-03), November 18, 1994. Available from: <http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/00033881.htm>.
- 24 U.S. Department of Health and Human Services. Preventing Tobacco Use Among Young People: A Report of the Surgeon General, Atlanta, GA: Public Health Service, CDC Office on Smoking and Health, 1994, http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_1994/index.htm.
- 25 Women, Girls, and Tobacco: An Appeal for Global Health Action [page on the Internet]. Center for Communications, Health and the Environment [cited July 19, 2007]. Available from: <http://www.ceche.org/programs/tobacco/women/appeal.htm>.
- 26 U.S. Department of Health and Human Services. Women and Smoking: A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, CDC, 2001.
- 27 Noveck J. Groups angered by Vogue cigarette ads. *China Post*. 2007 June 1. Available from: <http://www.chinapost.co.tw/print/111183.htm>.
- 28 Chaloupka FJ. Cigarette Smoking in Pacific Rim Countries: The Impact of U.S. Trade Policy. National Bureau of Economic Research, Working Paper 5543, April 1996.
- 29 Pierce JP, Lee L, Gilpin EA. Smoking initiation by adolescent girls, 1944 through 1988: An association with targeted advertising. *JAMA* 271(8):608-611, 1994.
- 30 World Health Organization. Avoiding the Tobacco Epidemic in Women & Youth. International Conference on Tobacco and Health, Kobe. WHO/NCD/TFI/KOBE/99.4.
- 31 Philip Morris. Virginia Slims introduces the low tar cigarette made just for women. 1978 (PM 1005064182).
- 32 Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine-Yields of Tar and Nicotine; Report of the NCI Expert Committee. Bethesda, MD: National Institutes of Health; National Cancer Institute.
- 33 Pan American Health Organization. Effective Tobacco Control Measures [page on the Internet]. [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.paho.org/English/ad/sde/ra/Tobmeasures.htm>.
- 34 U.S. Department of Health and Human Services. The Health Consequences of Involuntary Exposure to Tobacco Smoke: A Report of the Surgeon General. U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2006.
- 35 Task Force on Community Preventive Services. Guide to community preventive services: tobacco use prevention and control. *Am J Prev Med* 2001;20(2 Suppl 1):1--87.
- 36 Gu D, Wu X, Reynolds K, Duan X, Xin X, Reynolds RF, Whelton PK, He J; InterASIA Collaborative Group. Cigarette smoking and exposure to environmental tobacco smoke in China: the international collaborative study of cardiovascular disease in Asia. *Am J Public Health*. 2004 Nov;94(11):1972-6.
- 37 Bianco M, Haglund M, Matsui Y, Nakano N. The International Women's Movement and Anti-Tobacco Campaigns. In Samet, JM & Yoon, S (eds.), *Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century*, Canada: WHO, pp. 209-217, 2001, <http://www.who.int/tobacco/media/en/WomenMonograph.pdf>.
- 38 Abaka, C. Strengthening International Agreements. In Samet JM, Yoon S editors, *Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century* [monograph on the Internet]. Canada: WHO, 2001 [cited 22 June 2007]. Available from: <http://www.who.int/tobacco/media/en/WomenMonograph.pdf>.