

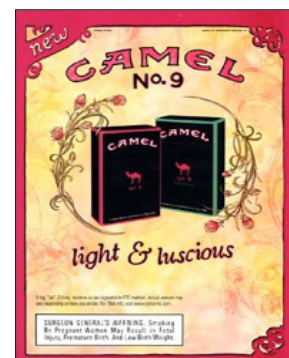
AS MULHERES E O TABACO

Informações essenciais

O uso de tabaco entre as mulheres está aumentando, enquanto os índices de consumo entre os homens estão diminuindo.¹ Os aumentos no consumo de tabaco são o resultado de mudanças no papel e no status econômico das mulheres à medida que as economias crescem e de mudanças em fatores sociais e culturais à medida que as nações se modernizam.² Contudo, o marketing direto e agressivo do tabaco voltado às mulheres é o fator impulsionador por trás dos aumentos no consumo de tabaco por mulheres observado em todo o mundo.³

Uso de tabaco entre as mulheres

- As mulheres compreendem 20% dos mais de um bilhão de fumantes do mundo.⁴
- Em média, 22% das mulheres em países desenvolvidos fumam diariamente, e em média 9% das mulheres em países em desenvolvimento fumam.⁵
- Os índices de fumo entre as mulheres continuam aumentando, enquanto entre os homens os índices atingiram o pico, e continuam caindo.¹
- Dados coletados de 151 países mostram que cerca de 7% das adolescentes fumam cigarros, contra 12% dos adolescentes do sexo masculino. Em alguns países, o número de meninas que fumam é quase o mesmo que o de meninos.⁶
 - Na Rússia, 24% das meninas (idade 13-15) e 27% dos meninos fumam cigarros.⁷
 - Na Argentina, 27% das meninas (idade 13-15) e 21% dos meninos fumam cigarros.⁸
- O consumo de tabaco entre as mulheres varia consideravelmente ao redor do mundo. Em alguns países o consumo de tabaco entre as mulheres é semelhante ao de homens, enquanto em outros os índices são muito mais baixos.
 - No Reino Unido, 23% das mulheres e 25% dos homens fumam.⁹
 - Nas Filipinas, 9% das mulheres e 48% dos homens fumam.¹⁰
- Os tipos de tabaco consumidos pelas mulheres também variam de acordo com o país, sendo os cigarros o tipo mais comum em algumas partes do mundo, e o tabaco sem fumaça sendo amplamente consumido em outras partes.
 - Na Índia, os bidis compreendem 48% do mercado de tabaco, o tabaco mastigável, 38%, e os cigarros, 14%.¹¹
 - Na Ucrânia, quase 100% do tabaco é consumido na forma de cigarros manufacturados.¹²



Propaganda dos cigarros Camel No. 9, da RJ Reynolds (EUA)



Cigarros Pall Mall Scarlet Aromatic, da BAT (Rússia)

Atividade da indústria do tabaco

- A indústria do tabaco tenta atingir mulheres e meninas com propagandas agressivas e sedutoras que exploram ideias de independência, emancipação, sex appeal, magreza, glamour e beleza.^{13,14,15}
 - Em 2007, a RJ Reynolds lançou um novo cigarro para mulheres, Camel No 9, que tinha uma grande campanha publicitária,¹⁶ veiculada em revistas de moda, como a Vogue, que contava com um grande e jovem público de leitoras mostrando cigarros elegantes em embalagens modernas e coloridas.

AS MULHERES E O TABACO: Informações essenciais

- Em 2009, a BAT lançou os cigarros aromatizados Pall Mall Scarlet, com uma sedutora embalagem nas cores vermelho vivo e prata, para atrair jovens consumidoras. Os cigarros Pall Mall Scarlet Aromatic foram desenvolvidos exclusivamente para lançamento-piloto na Rússia, por um preço máximo de varejo de US\$ 1¹⁷— um valor acessível para as jovens consumidoras.
 - Em 2010, a Imperial Tobacco redesenhou os cigarros Davidoff com uma embalagem brilhante em tons de vermelho, branco e prata, a fim de projetar uma sensação cosmopolita e criar um “acessório ultra fashion.”¹⁸
- Pesquisas mostram que o marketing direcionado aumenta os índices de tabagismo entre as mulheres.
 - Na Espanha, após 1970, a incidência de consumo de cigarros aumentou rapidamente em mulheres com menos de 50 anos. O rápido aumento no tabagismo entre as mulheres coincidiu com aumentos massivos nas propagandas de televisão voltadas a elas.¹⁹
 - O fumo entre as mulheres no Japão aumentou drasticamente, de 8,6% em 1986 para 18,2% em 1991, após uma campanha promocional agressiva voltada para mulheres e meninas.²⁰



Cigarros Davidoff, da Imperial Tobacco

Danos à saúde

- As mortes entre mulheres de 20 anos ou mais podem aumentar de 1,5 milhão em 2004 para 2,5 milhões até 2030; quase 75% dessas mortes projetadas ocorrerão em países de baixa e média renda.⁴
- Todas as formas de tabaco são viciantes e levam à morte. As evidências científicas são conclusivas: o consumo de tabaco causa vários tipos de câncer, incluindo câncer de pulmão, boca, esôfago, laringe, faringe, estômago e pâncreas.²¹
- Mulheres fumantes têm maior risco de desenvolver câncer de colo de útero, osteoporose²² e outros problemas no sistema reprodutor, incluindo abortos espontâneos, bebês natimortos, infertilidade, dar à luz crianças com baixo peso, menstruação dolorosa e menopausa prematura.²³
- Mulheres fumantes também têm um elevado risco de sofrer derrame, hemorragia cerebral, aterosclerose, e morte por aneurisma de aorta.²³



Propaganda dos cigarros Virginia Slims Uno, da JTI (Rússia)

Perigos da exposição ao fumo passivo para as mulheres

- Globalmente, estima-se que um terço dos adultos estejam regularmente expostos ao fumo passivo. O fumo passivo, sozinho, causa aproximadamente 600.000 mortes prematuras por ano no mundo todo.²⁴
- Como a incidência de tabagismo é muito maior em mulheres do que em homens, o fumo passivo prejudica as mulheres de forma desproporcional. De todas as mortes atribuíveis ao fumo passivo, 47% ocorrem entre as mulheres.²⁴
- Um relatório de 2002 publicado pela Organização Mundial da Saúde confirma de forma conclusiva que o fumo passivo causa câncer de pulmão, doenças cardíacas e outros problemas de saúde.²⁵



Cigarros Virginia Slims Noire, da JTI (Japão)

- Embora as mulheres fumem menos que os homens, várias mulheres não fumantes ainda sofrem um risco maior de desenvolver câncer de pulmão e morrer, porque seus maridos ou companheiros fumam.²⁶

O fumo passivo prejudica as mulheres de forma desproporcional.

Mensagens-chave

- O consumo de tabaco e a exposição ao fumo passivo são duas das principais causas de morte entre as mulheres.
- Como a incidência de tabagismo é muito maior em mulheres do que em homens, o fumo passivo prejudica as mulheres de forma desproporcional.
- A indústria do tabaco vê a população feminina como uma oportunidade de crescimento, e faz uma publicidade agressiva de produtos direcionada a esse público.
- O número de mulheres fumantes nos países em desenvolvimento irá aumentar se não for tomada nenhuma medida para impedir que as empresas de tabaco tenham como público-alvo mulheres e meninas.
- Medidas eficazes devem ser tomadas para proteger as mulheres contra os danos do consumo de tabaco e da exposição ao fumo passivo. Políticas de controle do tabaco, como ambientes livres de fumaça, proibições à publicidade de tabaco, rótulos gráficos com advertências e aumento nos impostos sobre o tabaco, reduzem o consumo de tabaco e irão salvar a vida de mulheres de todo o mundo.

(1) Greaves L, World Health Organization (WHO). Sifting the evidence: Gender and tobacco control. Geneva: World Health Organization; 2007. (2) Greaves L, Jategaonkar N, Sanchez S. Tobacco or equality? In: Greaves L, Jategaonkar N, Sanchez S, editors. Turning a new leaf: Women, tobacco, and the future: British Columbia Centre of Excellence for Women's Health (BCCEWH) and the International Network of Women Against Tobacco (INWAT); 2006. (3) Action on Smoking and Health (United Kingdom) (ASH). Big tobacco and women: What the tobacco industry's confidential documents reveal. London: 1998. <http://old.ash.org.uk/html/conduct/html/tobexpld8.html>. (4) World Health Organization (WHO). Women and health: Today's evidence, tomorrow's agenda. Geneva: World Health Organization; 2010. (5) Mackay J, Eriksen MP, Shafey O. The tobacco atlas, 2nd edition. Atlanta, Georgia: American Cancer Society; 2006. (6) World Health Organization. World No Tobacco Day 2010: Theme: Gender and tobacco with an emphasis on marketing to women. Geneva: World Health Organization; 2009 [cited 2010 March 18,2010]; Splash page on Women and Tobacco for World No Tobacco Day]. www.who.int/tobacco/wntd/2010/announcement/en/index.html. (7) Global Youth Tobacco Survey: Russia 2010 national data [database on the Internet]. Centers for Disease Control and Prevention. 2010 [cited April 15,2010]. http://apps.nccd.cdc.gov/OSH_GTSS/default/SearchResults.aspx. (8) Global Youth Tobacco Survey: Argentina national data [database on the Internet]. Centers for Disease Control and Prevention. 2010 [cited April 15,2010]. http://apps.nccd.cdc.gov/OSH_GTSS/default/SearchResults.aspx. (9) Cigarettes smoking:Slight fall in smoking prevalence [database on the Internet]. United Kingdom Office of National Statistics, 2006 [cited April 15, 2010]. http://www.statistics.gov.uk/cci/nugget_print.asp?ID=866. (10) Center for Disease Control and Prevention (CDC). Global adult tobacco survey: Philippines Data 2009. Atlanta: Centers for Disease Control and Prevention; 2009. http://www.cdc.gov/tobacco/global/gats/countries/wpr/fact_sheets/philippines/. (11) Sunley EM. The tax treatment of bidis. New Delhi: Regional Office of the International Union against Tuberculosis and Lung Disease; 2008. (12) Euromonitor International. Euromonitor International: Country market insight September 2008: Ukraine tobacco report. 2008. (13) Kaufman NJ, Nichter M. The marketing of tobacco to women: Global perspectives. In: Samet JM, Yoon S-Y, editors. Women and the tobacco epidemic: Challenges for the 21st century: World Health Organization, Institute for Global Tobacco Control at Johns Hopkins School of Public Health; 2001. (14) World Health Organization (WHO). Gender, women, and the tobacco epidemic, 2010. www.who.int/tobacco/publications/gender/women_tob_epidemic/en/index.html. (15) U.S. Department of Health and Human Services (HHS). Women and smoking: A report of the Surgeon General. 2001. www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_2001/index.htm. (16) Novek J. Groups angered by Vogue cigarette ads. China Post. 2007. (17) www.popsop.com. Popsop: BAT launches Pall Mall Scarlet Aromatic in Russia. Moscow: Popsop Brand Magazine 2009 [cited 2010 April 4, 2010]; <http://popsop.com/29314>. (18) www.popsop.com. Popsop: Davidoff changes the design. Moscow: Popsop Brand Magazine; 2009 [cited 2010 April 4, 2010]; <http://popsop.com/29762>. (19) Shafey O, Fernandez E, Thun M, Schiaffino A, Dolwick S, Cokkinides V. Cigarette advertising and female smoking prevalence in Spain, 1982-1997: case studies in International Tobacco Surveillance. Cancer. 2004 Apr 15;100(8):1744-9. (20) Connolly G, Chen T. International health and tobacco use. In: Houston T. Tobacco use: An American crisis. Final Report of the conference January 9-12, 1993, Washington DC. American Medical Association 1993. (21) U.S. Department of Health and Human Services (HHS). The health consequences of smoking: A report of the Surgeon General. Atlanta, Georgia: National Center for Chronic Disease and Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2004. www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_2004/index.htm. (22) Husten CG, Chrismon JH, Reddy MN. Trends and effects of cigarette smoking among girls and women in the United States, 1965-1993. Journal of the American Medical Women's Association. 1996 January-April;51(1-2):11-8. (23) Ernster VL. Impact of tobacco on women's health. In: Samet JM, Yoon S-Y, editors. Women and the tobacco epidemic: Challenges for the 21st century: World Health Organization; 2001. (24) Öberg M, Jaakkola MS, Woodward A, Peruga A, Prüss-Ustün A. Worldwide burden of disease from exposure to second-hand smoke: a retrospective analysis of data from 192 countries. The Lancet. 2011 January 8; 377(9760):139-46. (25) International Agency for Research on Cancer (IARC). IARC Monographs on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans. Volume 83: Tobacco smoke and involuntary smoking: Summary of data reported and evaluation. Geneva: WHO; 2002. monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol83/volume83.pdf. (26) Moritsugu KP. The 2006 Report of the Surgeon General: the health consequences of involuntary exposure to tobacco smoke. Am J Prev Med. 2007 Jun;32(6):542-3.