



## AS MULHERES E O TABACO: Tendências Mundiais

---

*"As mulheres fumantes provavelmente aumentarão a porcentagem do total de fumantes no mundo. As mulheres estão adotando papéis mais dominantes na sociedade, aumentaram seu poder aquisitivo... Tudo isso faz das mulheres um importante alvo..."*  
--Tobacco Reporter, 1998<sup>1</sup>

O controle do tabaco é uma questão crítica da saúde da mulher. Atualmente, quatro vezes mais homens fumam do que mulheres, mas, enquanto os índices de homens fumantes se estabilizou, o número de mulheres que fumam cigarro segue aumentando.<sup>3</sup> Isso ocorre principalmente em países em desenvolvimento e em alguns países do leste, centro e sul da Europa. Para a indústria do tabaco, as vendas de produtos de tabaco para mulheres e garotas em países em desenvolvimento representam uma das maiores oportunidades de marketing do mundo.<sup>4</sup>

Duzentos e cinquenta milhões de mulheres fumam.<sup>5</sup> Se a porcentagem de mulheres fumantes em países em desenvolvimento aumentar aos níveis de homens fumantes, o número de mulheres fumantes na próxima geração dobrará para mais de 500 milhões.<sup>6</sup> Por as mulheres fumantes morrerem das mesmas doenças causadas pelo tabagismo como os homens, tal aumento terá efeitos drásticos sobre a saúde das mulheres e sobre a saúde e a renda de suas famílias.<sup>1,7,8</sup> Além disso, as mulheres fumantes também correm o risco de desenvolverem câncer dos órgãos reprodutivos e osteoporose.<sup>9</sup> O tabagismo também contribui para a pobreza de forma que afeta especialmente a saúde da mulher.<sup>10</sup>

Apesar dos perigos conhecidos para as mulheres, por décadas as empresas de tabaco têm as mulheres e garotas como público-alvo ao difundir temas de marketing que associam o tabagismo com o desejo universal das mulheres por independência e liberdade e em ser mais fascinantes e bonitas com produtos desenhados especificamente dirigidos a mulheres, como cigarros com sabores e embalagens modernas.<sup>11</sup> Hoje a indústria do tabaco está utilizando os mesmos temas tentadores para atrair mulheres em países em desenvolvimento.

No entanto, é possível prevenir o aumento previsto do tabagismo ao adotar políticas e programas que já provaram reduzir o tabagismo. Ao restringir o marketing do tabaco, adotar advertências mais rígidas sobre saúde, aumentar o preço e diminuir a acessibilidade dos produtos de tabaco, expandir a proteção contra o fumo passivo e oferecer educação pública eficaz e realizar campanhas de marketing, é possível prevenir a epidemia prevista de doenças e mortes relacionadas ao tabagismo em mulheres em todo o mundo.

### **O Número de Mulheres e Garotas Fumantes em Países em Desenvolvimento está Aumentando**

- Os índices de mulheres e garotas fumantes variam drasticamente de país para país. Uma média de 22% das mulheres em países desenvolvidos fumam diariamente, mas apenas uma média de 9% das mulheres em países em desenvolvimento fumam.<sup>5</sup>
- O consumo de cigarros historicamente sempre cresce primeiro entre homens. O consumo de cigarro cresceu rapidamente décadas atrás entre mulheres em muitos países desenvolvidos, como Austrália, Canadá, Reino Unido e Estados Unidos, a níveis comparáveis ao número de homens fumantes, que agora estão em declínio. No entanto, os números ainda continuam aumentando em outros países desenvolvidos, onde um grande número de mulheres começam a fumar mais cedo,<sup>5</sup> e, mais significativamente, em países em desenvolvimento.
- Também existem grandes disparidades entre países com relação aos índices de garotas fumantes. Por exemplo, nos EUA, Chile, Grécia, Uruguai e muitos outros países, não há diferença no consumo de tabaco entre meninas e meninos. Em contraposição, na Indonésia, Nepal,

Tailândia, China, grande parte da Índia e outros países bem menos meninas fumam do que meninos.<sup>12</sup>

- Os índices crescentes de mulheres fumantes são influenciados por inúmeros fatores. Eles são influenciados pelas mudanças de papéis e de status econômico das mulheres conforme crescem as economias e pelas mudanças sócio-culturais conforme as nações se modernizam.<sup>13</sup> No entanto, o marketing do tabaco geralmente é dirigido às mulheres, cria uma ligação entre o tabagismo e essas mudanças sócio-econômicas.<sup>1</sup>
- O número de mulheres fumantes nos países em desenvolvimento crescerá amplamente se não for tomada nenhuma ação para impedir que as empresas de tabaco tenham como público-alvo mulheres e garotas.
- Ainda que o crescimento dos índices de mulheres fumantes possa ser contido, o crescimento da população feminina nos países em desenvolvimento só aumentará drasticamente o número de mulheres fumantes.

### **O Tabaco é Especialmente Prejudicial para a Saúde das Mulheres**

- Todas as formas de tabaco são viciantes e levam à morte. A ciência está convencida de que fumar causa uma ampla variedade de cânceres (incluindo câncer de pulmão, de boca, esôfago, laringe, faringe, estômago e pâncreas), doenças cardíacas, derrame cerebral, enfisema, bronquite crônica, lesões pré-cancerosas, doenças periodontais, leucoplasia, dependência da nicotina, e uma grande variedade de outras doenças fatais tanto em homens como em mulheres.<sup>14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21</sup>
- Além disso, as mulheres fumantes têm mais chances de desenvolver câncer cervical e osteoporose do que mulheres não-fumantes.<sup>9</sup>
- Mulheres fumantes correm mais riscos de sofrer abortos espontâneos, dar à luz uma criança morta, ficar infértil e ter filhos com baixo peso, que sofrem de graves problemas de saúde. As mulheres fumantes podem sentir dores durante o período menstrual e entrar na menopausa prematuramente.<sup>22</sup>
- Mulheres fumantes que usam contraceptivos orais sofrem um risco significativamente maior de ter doenças cardíacas do que as mulheres não-fumantes. Mulheres fumantes também têm um elevado risco de sofrer derrame, hemorragia cerebral, aterosclerose, e morte por aneurisma de aorta.<sup>22</sup>
- As mulheres começam a fumar por volta dos 16 anos, e as garotas têm mais dificuldade de parar de fumar, apresentando uma maior dependência do cigarro e sofrendo emoções mais negativas durante as tentativas de abandonar o vício.<sup>23, 24</sup>
- O tabaco contribui para a pobreza de forma que afeta particularmente as mulheres. Em Bangladesh, por exemplo, um terço da população vive com menos de 1 dólar por dia e cerca da metade das crianças com menos de 5 anos de idade é subnutrida.<sup>10</sup> Um estudo constatou que se uma mulher fumante de Bangladesh usasse o dinheiro que ela gasta para comprar cigarro para, em vez disso, comprar comida, ela poderia comprar comida que forneceria um adicional de 770 calorias importantes por dia.<sup>3</sup>
- O tabagismo afeta negativamente a saúde das mulheres ao desviar os recursos domésticos que seriam gastos com comida e educação. Na Indonésia, um estudo constatou que a classe economicamente mais baixa gasta mais de 15% de suas despesas mensais totais com cigarro e que, no Brasil, essa classe gasta mais de sua renda com cigarro do que com educação ou alimentação.<sup>3</sup>

### **As Empresas de Tabaco se Dirigem às Mulheres e Garotas com Promessas de Glamour, Independência e Beleza**

- No mundo todo, a indústria do tabaco gasta bilhões de dólares a cada ano com propaganda. Empresas de tabaco fazem propaganda de cigarro através de todo tipo de mídia, incluindo rádio, televisão, revistas e jornais, outdoors e, recentemente, a Internet.<sup>5</sup>

- A indústria do tabaco está fazendo grandes investimentos em propaganda para mulheres e garotas através de uma publicidade agressiva e sedutora que lança mão de idéias de independência, emancipação, apelo sexual e magreza.<sup>4, 25, 26</sup>
- As empresas de tabaco se dirigem às mulheres e garotas não só com publicidades; as campanhas de marketing de cigarros também usam as embalagens, a marca, a promoção, o patrocínio e a integração do produto à cultura popular para atingirem as mulheres de várias formas.<sup>4</sup> Esses métodos incluem o patrocínio de eventos e times esportivos; a promoção de shows e casas de rock; a localização de seus logotipos em camisetas, mochilas e outros produtos populares entre as crianças; e a distribuição de cigarros grátis e brindes da marca onde os jovens se reúnem, como shows de rock, discotecas e shopping centers.
- O interesse da indústria do tabaco pelas mulheres não é novidade. Já na década de 1920, nos Estados Unidos, as empresas de cigarro faziam propagandas dirigidas às mulheres. Por exemplo, a Lucky Strike tinha uma campanha publicitária que exibia frases como “Acenda um Lucky e você nunca mais vai sentir falta das calorias que deixam você gorda.”<sup>28</sup>
- A indústria do tabaco continua se dirigindo às mulheres. Em 2007, a RJ Reynolds lançou um novo cigarro para mulheres, Camel No. 9 que tinha uma grande campanha publicitária,<sup>27</sup> publicada em revistas de moda, como a Vogue, que tinha um grande e jovem público de leitoras mostrando cigarros elegantes em embalagens modernas e coloridas, e assim as empresas de tabaco continuam a ter as mulheres como público-alvo. Na China, um dos fabricantes de cigarro de âmbito estadual, Nanjing Cigarette Factor, iniciou recentemente a fabricar cigarros sabor laranja, um sabor particularmente apreciado pelas mulheres chinesas. E a Gallagher Group, uma fabricante de cigarro britânica, continua comercializando os cigarros Sobraine com filtros dourados em embalagem pastel com nomes como “Slim Pinks” para mulheres na Rússia, com patrocinadores que fazem as propagandas e modelos masculinos vestindo smoking em casas noturnas e bares populares.
- Uma pesquisa mostrou que o marketing direcionado aumenta os índices de tabagismo entre as mulheres. O número de mulheres fumantes no Japão aumentou drasticamente de 8,6% em 1986 para 18,2% em 1991, depois de uma campanha promocional agressiva dirigida a mulheres e garotas.<sup>28</sup> O índice de adolescentes fumantes foi de 2% na Coréia do Sul em 1988. No ano seguinte, depois de importar cigarros dos Estados Unidos — que traziam campanhas publicitárias com o estilo de vida norte-americano — o índice de garotas fumantes subiu para 9%. Nos Estados Unidos, o índice de iniciação ao fumo de meninas de 12 anos de idade aumentou em 110% nos seis anos após o lançamento do cigarro Virginia Slims.<sup>29</sup>
- As empresas de tabaco ocidentais, como a Philip Morris, estão efetivamente lançando suas marcas para mulheres nos países asiáticos, as quais se identificam com as mulheres e os padrões de beleza ocidentais.<sup>30</sup>
- As propagandas de cigarro visam ao desejo das mulheres de perderem peso e apelam para o crescente desejo das mulheres por liberdade de escolha e independência. Na Índia, a BAT lançou a marca de cigarro, “Ms.,” dirigida às “mulheres emancipadas.”<sup>28</sup>
- Cigarros “light” ou “de baixo alcatrão” foram desenvolvidos pelos fabricantes para atender as preocupações dos fumantes com relação à saúde. Estudos posteriores mostram que o marketing desses cigarros tem um especial apelo para as mulheres.<sup>1, 31</sup> Embora as evidências científicas mostrem que cigarros “light” não diminuem o risco de doenças entre os fumantes,<sup>32</sup> que as marcas comercializam agressivamente cigarros “light,” “ultra light,” e “de baixo alcatrão” para fumantes e para mulheres.<sup>32</sup> Duas marcas de cigarros “light” foram lançadas na China com os nomes “Chahua” e “Yuren,” que literalmente significam “linda mulher.”<sup>28</sup>

### **Melhores Políticas Podem Ajudar a Proteger Mulheres e Garotas do Tabaco**

- As mesmas políticas que provaram reduzir o tabagismo entre homens podem igualmente proteger as mulheres. Regulamentos sobre ar sem fumaça, publicidade anti-fumo, leis sobre marketing e propaganda de tabaco, rígidas advertências ilustrativas nas embalagens de cigarro,

e maiores impostos sobre o tabaco provaram ser eficazes em reduzir o tabagismo e salvar vidas.<sup>33, 34</sup>

- Criar ambientes 100% sem fumaça, incluindo casas e ambientes de trabalho, é o método mais eficaz de proteger as pessoas do fumo passivo, especialmente as mulheres.<sup>35</sup> Na China, quase 50% das mulheres entre 35 e 74 anos moram com pelo menos um fumante e mais de 15% dessas mulheres estão expostas ao fumo passivo por mais de 4 horas diárias no trabalho.<sup>36</sup> Nos Estados Unidos, embora mais ações devam ser feitas para proteger as trabalhadoras, os números de mulheres que dizem trabalhar em um ambiente sem fumaça cresceu em quase 25% entre 1992 e 2002, já que forma aprovadas mais leis estaduais que proíbem o fumo em ambientes fechados.<sup>34</sup>
- Apenas políticas de impostos que cubram todos os tipos de tabaco, e não só cigarros, podem efetivamente proteger todas as pessoas, visto que mulheres e homens compram diferentes tipos de tabaco em diferentes regiões do mundo.<sup>37</sup>
- A adoção e a implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Fumo (FCTC), que trata de questões importantes para proteger mulheres e garotas contra as empresas de tabaco, como o contrabando, e acesso à assistência para suspensão,<sup>38</sup> podem ajudar a proteger todas as pessoas do tabaco.

<sup>1</sup> 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>.

<sup>2</sup> 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>.

<sup>3</sup> World Health Organization. World Health Report of 1998. Geneva, Switzerland: World Health Organization, 1999.

<sup>4</sup> 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>.

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

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

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

<sup>8</sup> 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>.

<sup>9</sup> 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.

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

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

<sup>12</sup> 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>.

<sup>13</sup> Greaves L, Jateagaonkar N, Sanchez S. Chapter 1. Tobacco or Equality? In Greaves L, Jateagaonkar 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](http://www.inwat.org/pdf/newleafdoc_06-28-06.pdf).

<sup>14</sup> 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>.

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

<sup>16</sup> 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](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>.