

Tabaco y mujer en su día

Como todos los 8 de marzo desde 1975, se celebra el Día Internacional de la Mujer (antes conocido como “el día de la mujer trabajadora”), fecha reconocida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), para conmemorar la lucha por la igualdad de derechos y oportunidades de las mujeres en la sociedad.

Este día, se recuerda la muerte de 146 mujeres trabajadoras neoyorquinas que fallecieron en un incendio de una fábrica textil de esa ciudad, en el año 1911, debido a la falta de medidas de seguridad; sumándose a esta tragedia, la impunidad absoluta de sus muertes. Años antes, en marzo de 1908, miles de mujeres exigieron en las calles de la Gran Manzana mejoras salariales, el derecho al voto y mejores condiciones laborales, como la reducción de sus jornadas de trabajo. Es decir, las mujeres empezaban a reclamar ante situaciones de inequidad, injusticia y riesgo de vida, y a incentivar y promover la igualdad, autonomía, libertad e independencia para todos sus pares.

Desde allí en adelante, y repasando la historia, muchas han sido las mujeres líderes e inspiradoras que lograron cambios profundos en nuestra sociedad y en la del todo el mundo, que siguen y seguirán bregando por cambios de fondo, libres de prejuicios que nos respeten nos representen y nos cuiden.

Y es ahí donde en un día como hoy, dedicado a la mujer, me permito reflexionar acerca de “*La mujer y el tabaco: una atracción fatal*” tal como la define Margaretha Haglund (líder sueca en el control de tabaco)

¿Y por qué el tabaco es una atracción fatal y cómo comenzó a formar parte del mundo de la mujer?

Cuenta la leyenda, que, en 1929, el presidente por entonces de American Tobacco, Georges Hill, contrato a un prestigioso publicista para conquistar un mercado que hasta ese momento le era inaccesible: **las mujeres**. Así fue como en Nueva York, una mañana de marzo del mismo año se contrató a un grupo de mujeres a las que se les pago para que fumaran en público, avisándole a la prensa que se estaba llevando a cabo un acto de reivindicación feminista. Así, al otro día, New York Times titulaba “**Grupo de mujeres fumando como un gesto de libertad**”. Como parte de la estrategia, si esas mujeres eran interrogadas debían responder que “**estaban encendiendo las antorchas de la libertad**”. Por lo tanto, aparece el tabaco asociado a la independencia y a la lucha femenina. Las divas, bellas y glamorosas siguieron fumando: como Audrey Hepburn, fumando con boquilla frente al escaparate de Tiffany’s; Lana Turner, aquella “femme fatale” de “El cartero siempre llama dos veces”, o Bette “ojazos” Davis. Mientras que, como icono en nuestro país, la publicidad de Claudia Sánchez junto a su pareja, quienes recorrían el mundo en globo (EE. UU. e Italia entre otros países) representando una marca de cigarrillos (LM), mostraban que fumar se asociaba únicamente con valores positivos, sin mención alguna al daño que -como otra de sus trampas- el tabaquismo muestra muchos años después de iniciado el consumo.

Así es cómo aparecen las creencias (lo que creo fehacientemente que el fumar me da), facilitadas por la publicidad y los medios de comunicación consecuentes a las tabacaleras , y tal como lo cita María Luisa Jiménez Rodrigo (Departamento de Sociología de la Universidad de Sevilla) en su artículo *Consumo de tabaco y género*: “representaron un motor fundamental en la articulación mitológica del consumo femenino de tabaco a partir de diversas creencias sobre su utilidad como credencial de estatus social, emancipación, elegancia, belleza e igualdad sexual” (Amos, 1990; Tinkler, 2006).

A partir de allí, se construyen los mitos que, según la socióloga, se podrían dividir en tres:

1) *Mitos de iniciación*: característico de las niñas y adolescentes que cada vez fuman más y se inician más jóvenes. “Me hace mayor, más mujer y más sexy”, suelen decir estas chicas.

2) *Mitos de asentamiento*: asociados a los primeros pero que perpetúan el tabaquismo en su vida adulta, tomando al cigarrillo como un aliado para sortear, en general, dificultades y / o stress que nos impone la vida adulta, así como el estereotipo de belleza femenino de que “fumar relaja, adelgaza y me ayuda a relacionarme”.

3) *Mitos de desafectación*: marcan la dificultad para accionar hacia la cesación por diferentes motivos:

a) Se plantea como una acción estacional y reversible: “Voy a dejar cuando quede embarazada”, es uno de tantos ejemplos.

b) Por subestimación del daño y consumo social, con una sensación de falso control y una dosis inocua inexistente de nicotina: “Fumo poco”, “fumo cigarrillos light” o “puedo controlarlo”.

c) “Cuestión de voluntad”, apoyado por los estereotipos sociales donde muestran a la mujer con mayor vulnerabilidad de ánimo, desconociendo el carácter adictivo.

d) “Fumo porque es una adicción muy fuerte”, que habla de la estigmatización en “una adicta” tiene un peso social mayor y la aleja del pedido de ayuda.

e) “Fumo porque tengo derecho”, reivindicando “lo ganado por la mujer”: posición que actualmente debe negociar en muchos espacios de ámbito social y familiar donde posiblemente continúe fumando solo ella, con mayor condena social.

Los daños del tabaco en la mujer son conocidos porque afecta especialmente la salud reproductiva (disminución de la fertilidad, mayor incidencia de aborto, complicaciones placentarias, parto prematuro, teratogénesis, muerte del lactante) y otras vinculadas a la mujer (osteoporosis o mayor riesgo de Trombosis Venosa si se asocian a anticonceptivos). Pero, a pesar de eso, también estamos observando mayor enfermedad y muerte relacionadas con el tabaquismo (EPOC; cáncer de pulmón, cardiopatía isquémica entre otras) como consecuencia esperable del aumento del consumo como parte de esta “**conquista social**”, de la que hablamos al inicio, y con la que hoy podemos afirmar que **no fue un buen negocio para la salud de las mujeres**.

¿Es o no una atracción fatal? Si bien el tabaquismo no distingue edades, etnicidad, religiones ni género; hoy, a pesar de la mayor información sobre el daño, las políticas de control de tabaco y los tratamientos disponibles llevaron a la disminución del porcentaje de fumadores tanto en hombres como en mujeres, la curva de disminución en estas últimas ha sido mucho más lenta. Por lo que, de continuar esta tendencia, habrá más mujeres fumadoras que varones, con edad de iniciación al consumo menor en comparación a estos últimos.

Para colmo, según pasan los años desde que iniciamos esta reflexión, otra vez las industrias tabacaleras introducen un nuevo ingrediente: **el cigarrillo electrónico**. Las principales empresas tabacaleras tienen cigarrillos electrónicos en el mercado o en fase de desarrollo, estos fueron introducidos en el mismo por empresarios chinos y representan una industria en auge que facturo US\$2.000 millones en los EE. UU. en el 2014. (Atlas del tabaco Quinta edición)

Si bien su uso está orientado a todos los fumadores, cualquiera sea su género, otra vez, como al principio de la historia, su publicidad se apoya apoyo de portavoces femeninas, bellas delgadas y famosas, que están dentro del canon de belleza. Así aparece la imagen de Jenny Mc Carthy con un **e cig** en sus labios con la leyenda: “Freedom to have a cigarette without the guilt” (libertad de tomar un cigarrillo sin culpa), afirmación que además rubrica con su firma, por si quedaban dudas. Otro caso es el de Nutri cigs, que propone a una mujer joven, delgada, hermosa y saludable junto a este epígrafe: “Say Goodbye to sleepless night” (digámosle adiós al dormir menos), promocionando tanto explícita como implícitamente sus “virtudes” como dormir mejor, perder peso y recuperar energía. En la marca BLU afirman sin vergüenza alguna que “el cigarrillo electrónico de esta marca no se comercializa entre los jóvenes” y su imagen es la de un cuerpo de una jovencita, delgada y en ropa interior. Aparecen frases de promoción por parte de sus fabricantes tales como: “Estamos tratando de recuperar la actitud elegante, la sensualidad de fumar”, de Oliver Girard, director ejecutivo de Smarty Q E- Cigarettes.

En nuestro país, la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) ha prohibido la importación, distribución, comercialización y la publicidad o cualquier modalidad de promoción del Cigarrillo Electrónico (Disposición 3226/2011), ya que no hay evidencia científica que demuestre efectividad y seguridad; por el contrario, hay cada vez más evidencia de daño, se empezó a utilizar y lo vemos cada vez más frecuente en las consultas clínicas, aunque su uso y comercialización está fuera de la ley.

Entonces, en este día, para todos los fumadores, y especialmente a las mujeres, les pido que no caigamos otra vez en la misma trampa. No compremos otra vez una conquista que no nos cuida. Sigamos luchando por todos aquellos ideales que nos acercan a la vida y no a la enfermedad y a la muerte en forma prematura. El tabaquismo es la principal causa de muerte y discapacidad **EVITABLE**. Siempre me gusta detenerme en esta última palabra, porque es, a mi criterio, la que cambia la historia.

Tomemos cada uno el rol que nos toca en la lucha de esta pandemia. Citando nuevamente a Margaretha Haglund hablando específicamente de tabaco y género: “Es hora de que el mundo se levante contra estas atracciones fatales de la industria tabacalera. Es imprescindible que las autoridades sanitarias sean sensibles a las cuestiones de género cuando formulen y ejecuten las políticas de control del tabaco. La solución al problema del consumo de tabaco para la mujer es el mismo que en el caso del hombre: la aplicación estricta del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT). “

El Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT) es un tratado internacional de salud pública aprobado en 2003 y ratificado por 180 países, que se elaboró como respuesta a la preocupación que genera la propagación mundial de la epidemia del tabaquismo y las consecuencias que tiene para la salud pública.

Argentina es el único país en Sudamérica y uno de los pocos en todo el mundo que aún no ratificó el Convenio Marco. Sin la ratificación, a pesar de los avances en las leyes nacionales y provinciales, estamos fuera del mundo en esta lucha tan desigual.

¡Esta es una buena batalla que todas las mujeres y hombres tenemos que dar, hagamos que toda la sociedad en su conjunto y que el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo lo ratifiquen de una vez por todas y para siempre! Así y sólo así, daremos un paso más hacia un cambio de fondo que nos represente, nos respete y nos cuide.

A todas las mujeres

¡Feliz día!

Dra. Gabriela Senatore Campomanes

Presidente de la AsAT