

POLICLÍNICO UNIVERSITARIO SUR
MORÓN

**El imperio del humo esfuma millones de vidas.
The smoke empire vanishes million of lives.**

Aurora Martínez Leiva (1), Alberto Rivero León (2), Roberto Ledea Santiesteban (3).

RESUMEN

Se realiza un estudio descriptivo en el cual se analiza el comportamiento del tabaco en la actualidad, su comercialización y consumo por parte de la población mundial y el trabajo que realizan las grandes compañías productoras y exportadoras de tabaco con el fin de expandirse y aumentar el consumo y demanda del mismo. Sus satisfechos fabricantes presumen de grandes ganancias, influencia política y prestigio. Solo tienen un problema: están muriendo los mejores clientes. Si todos los años mueren en el mundo tres millones de adictos y un buen número se deshábíta, es preciso reemplazarlos. Los estudios de los últimos 40 años deparan una espantosa conclusión: el hábito matará a la mitad de los tabaquistas; ciertamente, un panorama aterrador. Se muestran las diversas estrategias de mercadeo y el alto nivel alcanzado de las estrategias publicitarias, caracterizadas por el aumento de información acerca de los aparentes placeres del consumo de tabaco.

Palabras clave: TABAQUISMO/efectos adversos, TABACO, MERCADEO.

1. Especialista de 1er Grado en Medicina Interna. Máster en Medicina Natural y Tradicional y Bioenergética. Profesora Asistente.
2. Especialista de 1er Grado en Medicina General Integral. Máster en Ciencias Pedagógicas de la Educación Superior. Profesor Asistente.
3. Estudiante de 4to año medicina.

INTRODUCCIÓN

El tabaco es una planta originaria de la región y su cultivo comercial se practica desde el siglo XVI. Actualmente siete de los 25 mayores productores mundialmente son países americanos: Estados Unidos, Brasil, Argentina, Canadá, República Dominicana, Cuba y Colombia, en ese orden.

Sus satisfechos fabricantes presumen de grandes ganancias, influencia política y prestigio. Solo tienen un problema: están muriendo los mejores clientes (1).

Entre los artículos de consumo mundial más rentables figuran los cigarrillos, el único producto legal que, utilizado conforme a las instrucciones, crea hábito y frecuentemente mata al usuario. ¿Qué balance resulta? Suculentas ganancias para la compañía tabacalera y enormes pérdidas para el consumidor (2).

“Los estudios de los últimos 40 años deparan una espantosa conclusión: el hábito matará a la mitad de los tabaquistas; ciertamente, un panorama aterrador”.

Desde los años cincuenta se ha cobrado 60 millones de vidas. Es evidente, pues, que las mastodónticas empresas no pueden ocultar lo que son. Han ganado millones matando a millones de personas, sin que parezca inmutarles el terrible costo.

En este estudio acerca del aumento del consumo del tabaco se observa como los nuevos y efectivos métodos propagandistas han tenido un papel importante en el alza del consumo del tabaco a nivel mundial (3-6).

El presente trabajo tiene como objetivo hacer un análisis de los diferentes métodos que utilizan las grandes compañías tabacaleras para dar propaganda a sus productos a nivel mundial y de cómo utilizan diferentes vías para ganar nuevos clientes y conquistar nuevos territorios donde aún el consumo y la producción del tabaco no han sido explotados en su totalidad.

DESARROLLO

Durante las últimas dos décadas el consumo de tabaco se ha incrementado, se puede hablar de una epidemia del tabaquismo, aproximadamente en un 75% por todo el mundo —informa JAMA (The Journal of the American Medical Association)— (5) y es responsable de casi dos millones y medio de muertes prematuras o innecesarias, lo que representa casi el 5% de todas las muertes. Estados Unidos se ha visto en la posición embarazosa de, por un lado, respaldar una campaña anti-tabaco en su propio país, mientras por otro presionar para abrir nuevos mercados en el extranjero para los derivados del tabaco con el fin de paliar su déficit comercial.

Según el informe, se calcula que unos doscientos millones de jóvenes que ahora cuentan con menos de veinte años morirán por causa del tabaco, y que las muertes por cáncer de pulmón ascenderán hasta los dos millones en todo el mundo, cuando los jóvenes fumadores alcancen la mediana o la tercera edad, ocurrirán millones de muertes anuales atribuibles al cigarrillo, es decir, una cada tres segundos” (7-8).

Esta perspectiva también aterra a las tabacaleras. Si todos los años mueren en el mundo tres millones de adictos y un buen número se deshavía, es preciso reemplazarlos.

África, Europa Oriental e Hispanoamérica son el objetivo de las compañías tabaqueras occidentales, para las que el mundo en desarrollo representa un gigantesco mercado.

«La industria del tabaco considera que el Sur es el mercado que mantendrá en marcha el negocio» (9). Las compañías han hallado un nuevo señuelo: el tabaco como su peculiar versión de la liberación femenina.

Se calcula que en China fuma el 61% de los varones adultos, frente al 7% de las mujeres. Las compañías tabaqueras occidentales tienen puesta la mira en la “liberación” de las encantadoras damas orientales, millones de las cuales han vivido privadas por tanto tiempo de los “placeres” de que disfrutaban sus refinadas hermanas de Occidente, las prósperas tabacaleras estadounidenses extienden sus tentáculos para captar nuevas víctimas. Todo indica que su arma letal apunta a las naciones en vías de desarrollo (10).

Como indican los titulares, los especialistas de todo el mundo dan la voz de alarma: “África combate una nueva plaga: el tabaco”. “El humo se vuelve fuego: se dispara en Asia el mercado tabacalero.” “El tabaquismo asiático provocará una epidemia de cáncer.” “El tercer mundo lucha ahora contra el tabaco.” Aunque el continente africano se ha visto azotado por las sequías, las guerras civiles y el SIDA, “si dejan aparte la guerra nuclear y el hambre, el tabaco es la mayor amenaza para la salud futura de África”.

Quizás la víctima más lamentable de la guerra tabaquera sea la infancia. Según un estudio mencionado en The Journal of the American Medical Association, “los niños y los adolescentes constituyen el 90% de los nuevos fumadores” (5).

La estrella de un anuncio de tabaco es un camello de caricatura amante de juergas y otros placeres, que suele aparecer con un cigarrillo en los labios. A este anuncio se le achaca que los jóvenes muerdan el anzuelo y se esclavicen a la nicotina cuando aún no comprenden su insalubridad (11-12).

Otro famoso motivo promocional es el vaquero audaz y muy macho, se afirma que el artículo de consumo más vendido mundialmente es una marca de cigarrillos que acapara al 69% de los fumadores adolescentes (13) y es la más anunciada. Como incentivo, las cajetillas llevan cupones canjeables por pantalones vaqueros, gorras y prendas deportivas juveniles.

La Agencia de Protección del Medio Ambiente de Estados Unidos publicó un estudio en 1993, en el que llegó a la conclusión de que el humo del tabaco que flota en el ambiente es un carcinógeno del grupo A, el más peligroso, los fabricantes de cigarrillos pueden emplear hasta setecientos aditivos químicos, que la ley les permite mantener en secreto.

Se sabe que en la lista figuran metales pesados, insecticidas y pesticidas. Algunos componentes son tan tóxicos que es ilegal arrojarlos a un vertedero.

La industria tabaquera alardea de crear buenos trabajos en un mundo donde crece el desempleo. En la Argentina, por ejemplo, ocupa a un millón de trabajadores, y otros cuatro millones están relacionados

indirectamente con ella, pero es bien sabido que los opulentos magnates tabaqueros no dudan en dar dinero a los políticos, por lo que la causa del tabaco es bien defendida por altos cargos del estado. En torno a la nicotina hay más de dos mil estudios, de los que se desprende que es una de las sustancias más adictivas y peligrosas que se conocen. Acelera las palpitaciones y provoca vasoconstricción.

Es más rápida que una inyección intravenosa, pues tarda solo siete segundos en llegar a la sangre. Condiciona al cerebro para que desee más, una apetencia que, según algunas opiniones, es el doble de adictiva que la heroína. Así, hay una variedad de tabaco, modificado genéticamente, que produce el mayor nivel de nicotina conocido.

Los documentos de la industria muestran que el tabaco contiene aditivos amoniacales para liberar más nicotina. “Ahora, cuando se inhala el humo, va a parar a la sangre del fumador casi el doble de la cantidad que antes”,

“La tabacalera no manipula los niveles de nicotina, pero sí la cantidad que absorbe el usuario”. Un informe de diciembre 2002 de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) muestra que empresas tabacaleras transnacionales han llevado a cabo campañas amplias y deliberadamente engañosas durante el último decenio en América Latina y el Caribe sobre los efectos perjudiciales de humo ambiental de tabaco y la naturaleza de actividades de comercialización de empresas tabacaleras (9).

El informe revela que las empresas tabacaleras:

- Contrataron científicos para tergiversar los resultados científicos que vinculan la exposición pasiva al humo del cigarrillo con enfermedades graves, mientras mantenían en secreto cualquier conexión de estos científicos con la industria tabacalera.
- Diseñaron campañas y programas de “prevención de tabaquismo en jóvenes” principalmente como maniobras de relaciones públicas encaminadas a disuadir cualquier reglamentación significativa de la comercialización del tabaco. Estas campañas no se centran en las consecuencias de salud del tabaco, sino en que el “tabaquismo es impropio de los jóvenes”. El objetivo principal de estas campañas es presentar a la industria como un ciudadano institucional preocupado y al tabaquismo como un comportamiento de “adultos”. En los documentos examinados está claro que la meta de estas campañas nunca fue reducir el consumo de tabaco entre los jóvenes.
- Tenían conocimiento detallado de las redes de contrabando y los mercados negros del tabaco y buscaron activamente aumentar su cuota de este mercado ilegal al estructurar campañas de comercialización y rutas de distribución ex profeso (13, 15-17).
- Gozaban de acceso a funcionarios clave del gobierno y lograron debilitar o incluso evitar legislación sobre control del tabaco en varios países.

En Brasil, según el diario Folha de S. Paulo, unos diez millones de jóvenes fuman. «Todos los días empiezan a fumar por lo menos otros cuatro mil jóvenes» Según comunica la Organización Mundial de la Salud (OMS) (7), «los países que han reconocido la importancia primordial de informar al público, han logrado un descenso en el consumo de tabaco» (7). Panos, agencia londinense de información, añade: «En muchos hogares, lugares públicos y centros de trabajo del Norte, ya no se considera socialmente aceptable fumar», y muchas personas se ven impedidas de hacerlo en lugares públicos cerrados por las prohibiciones adoptadas en varios países. Estas restricciones son más rígidas en los países desarrollados que en los subdesarrollados, razón por la cual las empresas tabacaleras dirigen su publicidad más hacia las naciones con menos prohibiciones o con leyes más laxas.

Se ha discutido mucho sobre el número de muertes atribuidas al consumo de tabaco. Esta discusión se debe a la falta de pruebas de causalidad unívoca entre el consumo de tabaco y las enfermedades que se le atribuyen, pues hay otros muchos factores que pueden provocar cáncer de pulmón, enfermedades cardiovasculares, respiratorias, etcétera, tales como la contaminación de las grandes urbes, las pruebas atómicas sobre todo del pasado, la radiación, y muchas más. Aun así, hay consenso mundial en que el consumo de tabaco no es bueno para la salud y que la gente, de serle posible, debería dejar de fumar (1, 17-18).

CONCLUSIONES

Los cálculos detallados sobre consumo de cigarrillos y prevalencia del tabaquismo aquí presentados demuestran la urgencia de la situación. En la actualidad, casi 1,300 millones de adultos consumen tabaco. Si la prevalencia y el consumo per cápita de cigarrillos persisten sin cambios, se puede predecir que en el 2025 habrá cerca de 1,900 millones de usuarios que consumirán más de 9 billones de cigarrillos. El consumo de tabaco es un problema con importantes repercusiones económicas, ambientales, sociales, políticas y de salud para la región. La solución a este problema se logrará únicamente con la participación comprometida de todos los gobiernos del continente, y con el concurso de la comunidad internacional para poner en marcha intervenciones multisectoriales que armonicen las actividades de control y los programas de intervención para minimizar el impacto de la comercialización y consumo del tabaco.

ANEXOS



PREVALENCIA DE CONSUMO DE TABACO EN LA POBLACIÓN ADULTA DE LAS AMÉRICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Baron JA, Rohan TE. Tobacco. Cancer epidemiology and prevention. 2 ed. New York: Oxford University Press; 1996.
2. Becker GS, Murphy K. A simple theory of advertising as a good or a bad. Quart J Econom. 2000; 4: 941-964.
3. Corrao MA, Guindon GE, Sharma N, Shokoohi DF. Tobacco control country profiles. Atlanta: American Cancer Society; 2000.
4. Environmental toxicants: Human exposures and their health effects. 2 ed. New York: Wiley and Sons; 1999.
5. Goldman LK, Glantz S. Evolution of antismoking advertising campaigns. J Am Med Ass. 1998; 279 (2):772-777.
6. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares 1996. México: INE; 1996.
7. Organización Panamericana de la Salud. 43 Consejo Directivo. 53 Sesión del Comité Regional. El Convenio Marco para la lucha antitabáquica: una oportunidad para mejorar la salud pública de las Américas. CD43/13. Washington: 24 al 28 de septiembre; 2001.
8. Organización Panamericana de la Salud. World Bank. La epidemia del tabaquismo: los gobiernos y los aspectos económicos del control del tabaco. Washington: OPS; 2000.
9. Organización Panamericana de la Salud. El tabaquismo en América Latina, Estados Unidos y Canadá (periodo 1990-1999). Washington: OPS; 2000.
10. Samet JM, Wang SS. Environmental tobacco smoke. En: Lippmann M, P Jha, F Chaloupka. Tobacco control in developing countries. New York: Oxford University Press; 2000.
11. México. Dirección General de Epidemiología. Secretaría de Salud. Encuesta Nacional de Adicciones 1998. México: Dirección General de Epidemiología; 1998.
12. United Nations Organization. World Population Prospects. The 2000 revision [Internet]. New York: 2001 [citado 21 Ene 2012] àprox. 10 pantallas]. Disponible en: <http://www.un.org>
13. Valdés Salgado R, Michel JM, Hernández L, Hernández M, Hernández M. Tendencias del consumo de tabaco entre alumnos de nuevo ingreso a la UNAM, 1989-1998. Salud Públ Mex 2002; 44 (supl 1):S44-S53.
14. World Health Organization. International Consultation on Tobacco and Youth: what in the world works? Final Conference Report. Singapore. September; 1999.
15. World Health Organization. Tobacco Legislation Compendium [Internet]. 2000 [citado 21 Ene 2012] [aprox. 3 pantallas]. Disponible en: http://.tobacco.who.int/en/natcapacity/leg_html
16. World Health Organization. Guidelines for controlling and monitoring the tobacco epidemic. 1998. Making a difference. World Health Report. Geneva: WHO; 1999.
17. World Health Organization. Framework Convention on Tobacco Control [Internet]. 2000 [citado 21 Ene 2012] [aprox. 3 pantallas]. Disponible en: <http://tobacco.who.int/page.cfm?pid=40>
18. World Health Organization. Tobacco free Initiative [Internet]. 1999 [citado 21 Ene 2012] [aprox. 3 pantallas]. Disponible en: <http://tobacco.who.int/index.cfm>