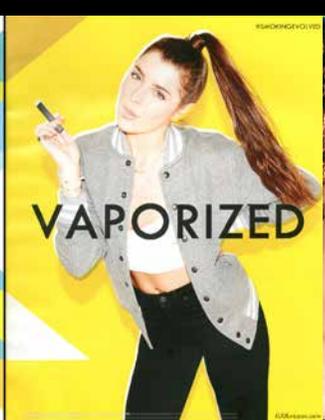


# TODA UNA VIDA DE DAÑO

Cómo la industria tabacalera y su marketing depredador dañan la salud de mujeres y niñas.



Mayo 2021

# NUESTROS SOCIOS



# RESUMEN EJECUTIVO

La industria del tabaco lleva un siglo desarrollando marcas de cigarrillos y campañas de marketing dirigidas específicamente a las mujeres y las niñas, con consecuencias devastadoras para la salud. Estas agresivas campañas dirigidas deliberadamente hacia las mujeres y las niñas usan temas tales como la belleza, la moda, la libertad y la sofisticación -casi siempre con sesgos sexistas, además- mientras que a la vez ignoran o minimizan los graves daños a la salud que el tabaco causa en todas las etapas de la vida.

Fumar daña prácticamente todos los órganos del cuerpo y afecta la salud en general.

**En la actualidad, en los Estados Unidos más de 16 millones de mujeres y niñas son fumadoras, lo que las pone en riesgo de padecer alguna de las enfermedades mortales causadas por el tabaquismo.**

Más de 200.000 mujeres mueren en EEUU cada año por fumar y por causa del humo de tabaco ajeno. Además, el uso de cigarrillos electrónicos por las personas jóvenes ha escalado a niveles alarmantes, al punto que el Cirujano General de Los Estados Unidos y la Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA por sus siglas en inglés) lo consideran "epidemia", con cifras que indican que en la actualidad 1 de cada 5 niñas y adolescentes usa cigarrillos electrónicos.

Este dossier **detalla la historia del marketing depredador de la industria tabacalera y cómo ha tendido una trampa a millones de mujeres y niñas causándoles adicción al tabaco; y también enumera cuáles son las devastadoras consecuencias que sobre- vienen a lo largo de toda la vida.**

Este dossier demuestra que es necesario tomar acciones firmes y enérgicas para proteger la salud de las mujeres y salvar vidas, y ofrece soluciones probadas para prevenir que las jóvenes comiencen a fumar o vapear y para ayudar a todas las fumadoras a dejar.

## EL MARKETING DEPREDADOR DE LA INDUSTRIA DEL TABACO ESTÁ DIRIGIDO A MUJERES Y NIÑAS

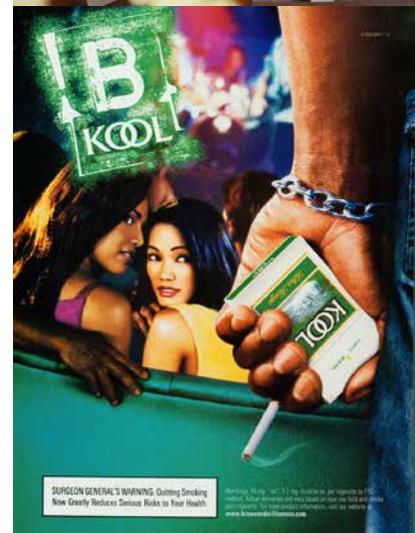
El impacto devastador en las mujeres es el resultado directo de décadas de marketing de la industria del tabaco dirigido hacia ellas. Las compañías tabacaleras tienen una larga historia de haber explotado las aspiraciones, las preocupaciones sobre la imagen corporal y las inseguridades percibidas de mujeres y niñas para venderles productos adictivos y mortíferos. Desde el marketing "de género" de hace un siglo atrás hasta las sofisticadas campañas de hoy, la industria del tabaco ha perjudicado a generaciones de mujeres con sus publicidades engañosas y sus mentiras acerca del uso del tabaco.

Las compañías tabacaleras han comprendido hace tiempo la importancia de captar a mujeres y niñas como clientas, y extensas investigaciones de mercado acerca de las actitudes de las mujeres han ayudado a las tabacaleras a comprender mejor cómo dirigir la publicidad de sus productos a este importante grupo de consumidoras potenciales. De la misma manera en que estas mismas compañías han apuntado agresivamente a la comunidad afroamericana con sus campañas de cigarrillos mentolados, también lo han hecho en dirección a las mujeres con marcas específicas y campañas centradas en los temas de belleza, sofisticación, pérdida de peso, moda y libertad que continúan hasta hoy.

Lanzada con un marketing dirigido a las mujeres en los años 1920, el lema debut de la marca Marlboro era "Mild as May" (Suave como Mayo). Retrataba el fumar como algo femenino; los cigarrillos tenían una envoltura impermeable en el filtro para evitar que se corriese el labial. Una publicidad de Lucky Strike, también de la década de 1920, instaba a las mujeres: "Toma un Lucky en vez de un dulce" -publicitar el cigarrillo como una ayuda dietética para controlar el peso produjo un aumento de más del 300% en las ventas de la marca durante el primer año de la campaña publicitaria.



the bold and the blu-tiful



# RESUMEN EJECUTIVO CONTINUACIÓN

Durante la década de 1960, las compañías de cigarrillos fueron todavía más lejos, apropiándose del movimiento de liberación femenina. En 1968, Philip Morris lanzó Virginia Slims, la primera marca específica para mujeres en el mercado. Con su icónico eslogan “You’ve come a long way, baby” (has recorrido un largo camino, muchacha) la campaña de Virginia Slims se adueñaba cínicamente de los temas y objetivos del movimiento de liberación femenina, y vendía así un producto que condujo a la adicción, enfermedad y muerte de millones de mujeres.

Poco después del advenimiento de las marcas específicas para mujeres, las compañías tabacaleras comenzaron a promocionar agresivamente cigarrillos “light”, y “con bajo contenido de alquitrán”, presentándolos como opciones más seguras e incluso como una alternativa a dejar de fumar. En un esfuerzo de reducir los riesgos a su salud, las mujeres cambiaron rápidamente a los nuevos cigarrillos “ligeros” y “bajos en alquitrán”. Las compañías tabacaleras continuaron promocionando estos productos teniendo perfecto conocimiento de que estas afirmaciones sobre los supuestos beneficios para la salud en sus publicidades eran engañosas o completamente falsas – los nuevos cigarrillos no aportaban ningún beneficio a la salud.

La industria del tabaco se dedica a innovar constantemente en su afán de captar nuevos consumidores para sus productos. En décadas recientes las campañas se enfocaron en promocionar “cigarrillos de diseñador” para “la mujer más vanguardista en la moda” y “paquetes compactos” para que entren cómodamente en las pequeñas carteras de moda. También dirigieron publicidades avasallantes hacia las mujeres afrodescendientes, con múltiples campañas que incluían imágenes de modelos de diversas etnias en revistas populares entre las jóvenes afroamericanas y latinas.

La era digital ha traído nuevos productos y nuevas tácticas; sin embargo, el marketing aún refleja los viejos temas comunes de la industria

tabacalera que han sido históricamente dirigidos a las mujeres y niñas. La promoción de los productos pasó de las revistas a las páginas web, que usan eventos especiales y fiestas, *influencers* de las redes sociales e imágenes cuidadosamente creadas para que las mujeres compartan con sus amistades en las redes sociales. Los cigarrillos electrónicos como los de Juul y Blu y productos aún más nuevos, como el cigarrillo de tabaco calentado IQOS de Philip Morris, son comercializados bajo los mismos temas que la industria ha estado usando desde hace décadas para captar a mujeres y niñas con sus productos nocivos y adictivos.

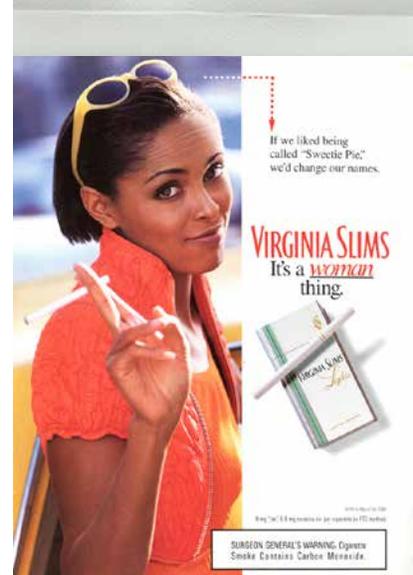
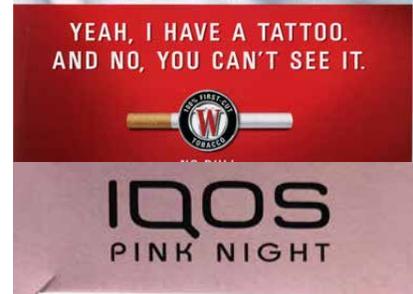
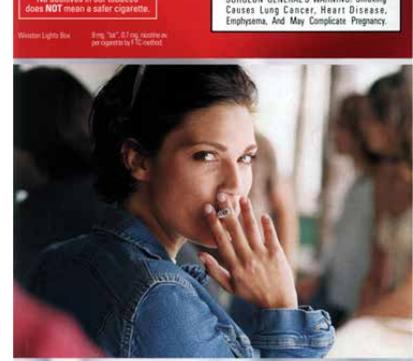
## LAS DEVASTADORAS CONSECUENCIAS PARA LA SALUD DE LAS MUJERES

Estas campañas de marketing han tenido un impacto abrumador en la salud de las mujeres y niñas y las últimas campañas continúan captando consumidoras y perpetuando los peligros para la salud. El tabaco causa serios daños a lo largo de toda la vida.

La exposición a la nicotina y el uso del tabaco a una edad temprana pueden tener consecuencias perniciosas permanentes en las niñas – el 90% de las fumadoras adultas comienzan a fumar en la adolescencia e incluso antes, y dos tercios se convierten en fumadoras diarias regulares antes de cumplir 19 años.

El uso de cigarrillos electrónicos por adolescentes en los Estados Unidos se ha disparado al punto de alcanzar niveles de “epidemia”, según el Cirujano General de Los Estados Unidos y la FDA, y muchas personas jóvenes no sólo están experimentando con los cigarrillos electrónicos, sino que los usan con frecuencia, lo cual es un claro indicador de adicción.

El fumar y la exposición al humo de tabaco ajeno son perjudiciales para la salud reproductiva, a la vez que afectan a la salud del bebé antes y después del nacimiento. El consumo de tabaco durante el embarazo sigue



# RESUMEN EJECUTIVO CONTINUACIÓN

siendo una de las principales causas de enfermedad y muerte prevenibles en el feto, el bebé y la madre. El daño causado por el tabaquismo de la madre puede permanecer durante toda la niñez y la adolescencia.

Fumar expone a las mujeres a un riesgo mayor de desarrollar enfermedades cardíacas, cáncer de pulmón, accidente cerebro-vascular, enfisema, y muchas otras enfermedades crónicas graves. Los riesgos para las mujeres a causa del tabaquismo han subido rápidamente en los últimos 50 años y en la actualidad son los mismos que tienen los hombres de enfermar de cáncer de pulmón, enfermedad pulmonar

obstructiva crónica (EPOC) y enfermedad cardiovascular. **Como nunca antes las mujeres fumadoras tienen las mismas probabilidades que los hombres de morir a causa de enfermedades causadas por el tabaco.**

El hábito de fumar continúa afectando a las mujeres a medida que envejecen. Fumar es el mayor factor de riesgo para contraer la enfermedad de Alzheimer, osteoporosis y degeneración macular asociada con la edad (DMAE o DME), que puede resultar en ceguera.

## MIRANDO HACIA EL FUTURO

**Dejar de fumar es una de las mejores cosas que las mujeres pueden hacer por su salud.** Las mujeres están motivadas para dejar de fumar: por año, aproximadamente un 70% de fumadoras están interesadas en dejar y 55% hacen por lo menos un intento. Pero la nicotina es una droga adictiva poderosa. Abandonar es difícil y por lo general requiere varios intentos antes de lograrlo.

Para proteger la salud, es imperativo que quienes legislan implementen soluciones que ayuden a las mujeres y niñas a dejar de fumar y que eviten que las personas jóvenes comiencen siquiera a usar productos de tabaco. Estas acciones beneficiarán a generaciones de mujeres y niñas por venir. Nuestras soluciones incluyen:

1. **Expandir la promoción y el acceso a tratamientos de cesación del tabaco.** Una cobertura integral y libre de obstáculos a estos tratamientos puede dar a las personas fumadoras una oportunidad de abandonar con éxito. Estos servicios deben ser promovidos de manera extensiva para que profesionales de la salud y quienes usan tabaco sepan que están disponibles.
2. **Garantizar que las mujeres reciban asesoramiento de los/las profesionales de la salud que las atienden.** Los / las profesionales de la salud tienen un papel fundamental en ayudar a sus pacientes a dejar de fumar –está demostrado que incluso unos breves consejos del / de la profesional impactan positivamente y es más probable que la paciente intente y eventualmente logre abandonar.
3. **Eliminar todos los productos de tabaco saborizado, incluyendo los cigarrillos mentolados, ayudará a evitar que las niñas y mujeres usen estos productos.** Al enmascarar la aspereza y al aumentar el atractivo del tabaco, los sabores facilitan especialmente que las personas jóvenes prueben productos de tabaco y en consecuencia adquieran la adicción. El sabor mentolado hace a los cigarrillos más adictivos y difíciles de dejar.



# RESUMEN EJECUTIVO CONTINUACIÓN

Recientemente, la FDA tomó un paso de gran importancia al anunciar que iniciará una serie de normativas para prohibir los cigarrillos mentolados y los cigarros saborizados.

- 4. Implementar políticas con soluciones probadas, incluyendo aumentos en el impuesto a los cigarrillos, financiamiento completo a programas de prevención y cesación del tabaquismo y leyes integrales de ambientes laborales libres de humo, todo lo cual reduce el tabaquismo y protege a todas las personas de la exposición al humo de tabaco ajeno.** Estas son medidas comprobadamente eficaces en prevenir que la gente joven comience a usar productos de tabaco, ayudar a las personas fumadoras a abandonar y proteger a las personas no fumadoras del humo de tabaco ajeno.

Durante décadas la industria del tabaco ha dirigido sus prepotentes campañas publicitarias hacia las mujeres y niñas a la vez que ha ocultado la verdad sobre el impacto del tabaco en la salud. Al explotar las aspiraciones y deseos de las mujeres y al insistir sobre la imagen corporal y las inseguridades percibidas, las compañías tabacaleras han llevado a la adicción a millones de mujeres y niñas con productos que las están matando. El marketing dirigido deliberadamente hacia ellas ha tenido un impacto destructivo sobre su salud. Ahora es necesario tomar acciones firmes para proteger la salud – y las vidas- de mujeres y niñas.

Imágenes de publicidades cortesía de *Stanford Research en el Impacto de la Publicidad del Tabaco* y *TrinketsandTrash.org*.  
Imágenes adicionales cortesía de *Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC)*.

# LAS MUJERES Y EL TABACO EN CIFRAS



**+20 MILLIONES**  
de mujeres usan algún  
producto de tabaco,  
incluyendo



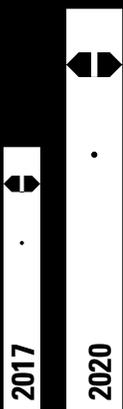
**17 MILLIONES**  
que fuman cigarrillos

Las mujeres son **marcadamente más proclives** a fumar cigarrillos mentolados que los hombres



43.5%

de mujeres consumen cigarrillos mentolados



**2.3 MILLIONES**

de niñas y adolescentes usan algún  
producto de tabaco

**+451,000**

de niñas y adolescentes fumadoras

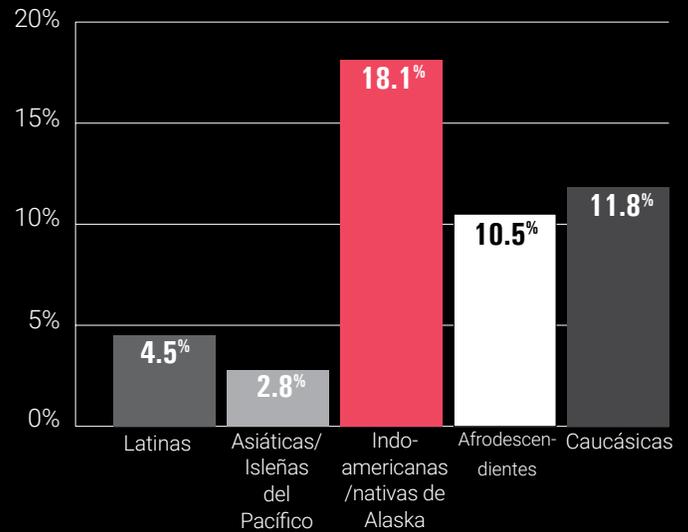
El uso de cigarrillos electrónicos entre las  
estudiantes de secundaria se **incrementó**  
en **89%** desde 2017 hasta 2020



**1 de cada 5 mujeres no fumadoras** están expuestas a humo de tabaco ajeno

La exposición de las mujeres afrodescendientes es **el doble de alta**.

## ÍNDICES DE MUJERES FUMADORAS - POR GRUPO ÉTNICO



Casi **1 de 5** estudiantes de secundaria usan cigarrillos electrónicos

**\$71.2 MIL MILLONES**

Los costos en salud para tratar a fumadoras por año, a nivel nacional

**200,000+**

mujeres mueren al año por fumar y por exposición al humo de tabaco ajeno

Fumar reduce la expectativa de vida de las mujeres por lo menos **10 AÑOS**

**3.7 MILLIONES**

Mujeres que fuman en algún momento durante el embarazo



# TODA UNA VIDA DE DAÑOS A LA SALUD

## EL TABACO TIENE UN IMPACTO DEVASTADOR EN MUJERES Y NIÑAS DE TODAS LAS EDADES

Desde hace tiempo las compañías tabacaleras han comprendido la importancia de atraer a las mujeres y niñas hacia el mercado de los productos de tabaco. Extensas investigaciones de marketing han ayudado a las compañías a dirigir eficientemente sus productos y sus campañas publicitarias a este importante grupo de consumidoras potenciales. De la misma manera que han apuntado agresivamente hacia la comunidad de afrodescendientes con campañas de cigarrillos mentolados, así también han puesto la mira sobre las mujeres con marcas y publicidades basadas en las temáticas de belleza, sofisticación, pérdida de peso, moda y libertad; y lo siguen haciendo hasta el presente. Más recientemente, hemos visto productos nuevos, como los cigarrillos electrónicos Juul y Blu y el cigarrillo sin combustión de Philip Morris, IQOS, cuya comercialización utiliza las mismas temáticas que la industria del tabaco ha usado por décadas para dirigir sus productos dañinos y adictivos hacia las mujeres y niñas.

Las consecuencias del uso de publicidad dirigida por la industria tabacalera son devastadoras. Fumar daña prácticamente todos los órganos del cuerpo y afecta la salud en general. Más de 16 millones de mujeres y niñas en los Estados Unidos son fumadoras, lo que las pone en riesgo de sufrir cáncer de pulmón, ataque cardíaco, accidente cerebro-vascular, enfisema y otras enfermedades letales causadas por fumar. Más de 200.000 mujeres mueren al año en los Estados Unidos por fumar y por exposición al humo de tabaco ajeno. Además, el uso de cigarrillos electrónicos por adolescentes se ha incrementado a niveles de "epidemia", según el Cirujano General; y en la actualidad casi 1 de cada 5 niñas en edad escolar de secundaria los usa.

Fumar y otros usos del tabaco causan serios daños a la salud de las mujeres a lo largo de toda la vida. Fumar y vapear pueden resultar en que las niñas y adolescentes se vuelvan adictas a la nicotina. Fumar también puede impactar la capacidad de concebir y causar graves complicaciones durante el embarazo. Fumar es el mayor factor de riesgo para sufrir cardiopatías, enfermedad de Alzheimer, osteoporosis y degeneración macular asociada con la edad (DMAE), que puede resultar en ceguera.

# ADOLESCENCIA

## EL USO DE TABACO CASI SIEMPRE COMIENZA EN LA ADOLESCENCIA Y PUEDE TENER CONSECUENCIAS LETALES

La exposición a la nicotina y al uso del tabaco a una edad temprana puede tener consecuencias perniciosas permanentes para las jóvenes.

- El 90% de las fumadoras adultas comienzan a fumar durante la adolescencia o antes y dos tercios se convierten en fumadoras diarias antes de cumplir 19 años.<sup>1</sup>
- El uso de cigarrillos electrónicos en los Estados Unidos se ha disparado y en la actualidad la cifra de estudiantes de secundaria que los usa es de 3.6 millones.<sup>2</sup>
- Las niñas, niños y adolescentes no sólo están experimentando con los cigarrillos electrónicos. Una proporción cada vez mayor de personas jóvenes están usándolos con gran frecuencia, lo cual es un indicador de adicción grave.<sup>3</sup>
- Los estudios han demostrado que la personas jóvenes que consumen cigarrillos electrónicos tiene mayor probabilidad de convertirse en fumadoras de cigarrillos.<sup>4</sup>
- Los cigarrillos electrónicos más populares, como Juul, emiten dosis masivas de nicotina, exponiendo a los jóvenes a un riesgo mayor de contraer la adicción.<sup>5</sup>
- La nicotina es una droga altamente adictiva y puede tener efectos duraderos y dañinos en el cerebro en desarrollo del adolescente – el cerebro continúa desarrollándose hasta la edad de 25 años aproximadamente. En particular, la nicotina puede dañar las partes del cerebro involucradas en el aprendizaje, la atención, los estados anímicos y el control de los impulsos. El Cirujano General de los Estados Unidos concluyó que “El uso de productos que contengan nicotina en cualquiera de sus formas, incluso los cigarrillos electrónicos, por parte de los jóvenes es peligroso.”<sup>6</sup>
- Las niñas y adolescentes que fuman tienen una reducción en el índice de crecimiento pulmonar, lo cual significa que es probable que sus pulmones nunca se desarrollen completamente o que funcionen al máximo. Este daño es permanente y aumenta el riesgo de sufrir enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) más adelante en la vida.<sup>7</sup>
- Las jóvenes que fuman están en peligro de sufrir daño cardiovascular tempranamente. El fumar vuelve más estrechos los vasos sanguíneos, lo cual genera mayor estrés en el corazón.<sup>8</sup>
- El humo de tabaco ajeno puede causar problemas de salud en las niñas:<sup>9</sup>
  - Las niñas pequeñas expuestas al humo de tabaco ajeno tienen mayor probabilidad de contraer infecciones del oído, experimentar ciertos problemas respiratorios como silbidos y tos, y sufrir de bronquitis y neumonía.
  - El humo de tabaco ajeno puede desencadenar un ataque de asma.
  - Las niñas que están expuestas al humo de tabaco ajeno pierden más días de escuela en comparación a las que no lo están.<sup>10</sup>



# LOS AÑOS REPRODUCTIVOS

## EL FUMAR CAUSA UN GRAN DAÑO A LA SALUD REPRODUCTIVA.

Fumar y la exposición al humo de tabaco son nocivos para la salud reproductiva. Fumar también puede afectar el embarazo y la salud del bebé después del nacimiento. El uso de tabaco durante el embarazo es una de las principales causas prevenibles de enfermedad y muerte del feto, el bebé y la madre. El daño producido por el tabaquismo de la madre puede perdurar en la niñez y la adolescencia.

- ▶ Las mujeres fumadoras son más proclives a tener problemas en el ciclo menstrual, incluyendo períodos dolorosos, sangrado irregular, amenorrea (ausencia de períodos) y menopausia precoz.<sup>11</sup>
- ▶ Fumar puede dificultar la concepción e incluso generar infertilidad.<sup>12</sup>
- ▶ Fumar aumenta el riesgo de tener complicaciones durante el embarazo, incluyendo abortos espontáneos y embarazos ectópicos. El embarazo ectópico es una condición que conlleva pocas probabilidades de supervivencia para el feto y es potencialmente fatal para la madre.<sup>13</sup> Fumar también provoca complicaciones con la placenta, el órgano a través del cual la madre pasa nutrientes al feto; estas complicaciones pueden poner en grave peligro la salud y la vida de ambos.<sup>14</sup>
- ▶ Fumar aumenta el riesgo de parto prematuro, muerte fetal, bajo peso al nacer y mortalidad infantil.<sup>15</sup> Uno de cada cinco bebés nacidos de madres fumadoras tiene bajo peso al nacer. El bajo peso al nacer y el nacimiento prematuro son las mayores causas de discapacidad infantil y muerte.<sup>16</sup>
- ▶ Fumar durante el embarazo y la exposición al humo de tabaco ajeno aumentan el riesgo de síndrome de muerte súbita del lactante (SMSL).<sup>17</sup> Los bebés cuyas madres son fumadoras tienen unas tres veces más de probabilidades de morir de SMSL.<sup>18</sup>

- ▶ El tabaquismo materno puede dañar el cerebro y los pulmones en desarrollo del bebé. Este daño puede perdurar en la infancia y en la adolescencia.<sup>19</sup>
- ▶ El tabaquismo materno puede provocar labio leporino y/o paladar hendido. Los bebés que nacen con estas características pueden tener problemas con la alimentación, la capacidad de escuchar y el desarrollo del habla.<sup>20</sup>
- ▶ El tabaquismo materno aumenta el riesgo de desarrollar problemas de salud y de comportamiento en niñas y niños, incluidos: presión arterial anormal, leucemia infantil, cólico infantil, sibilancias, desórdenes respiratorios, problemas de la vista, discapacidad intelectual, déficit de atención, problemas de aprendizaje y otros problemas de desarrollo.<sup>21</sup>
- ▶ Las madres que están expuestas al humo de tabaco ajeno durante el embarazo tienen más probabilidades de dar a luz a bebés de bajo peso. Los bebés expuestos al humo de tabaco ajeno tienen pulmones más débiles, lo que incrementa el riesgo de padecer múltiples problemas de salud.<sup>22</sup>
- ▶ En conjunto, el 6.0% de las embarazadas fuman. Este total se divide en distintas proporciones por grupo étnico; por ejemplo, 14.6% son nativas americanas/nativas de Alaska, 8.8% son blancas, 4.8% son afrodescendientes y 1.5% son latinas.<sup>23</sup> La proporción de embarazadas que fuman es mayor en mujeres con niveles de educación más bajos.<sup>24</sup>

**Los bebés cuyas madres fumaron durante el embarazo o aquellos que son expuestos al humo de tabaco ajeno después del nacimiento son más susceptibles de morir por síndrome de muerte súbita del lactante (SMSL) que los bebés no expuestos.**



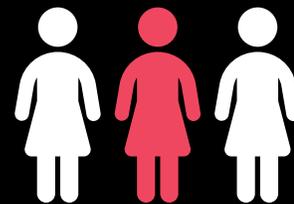
# MEDIANA EDAD

## FUMAR ES LA PRINCIPAL CAUSA DE ENFERMEDADES CRÓNICAS GRAVES EN LAS MUJERES.

Fumar predispone a las mujeres a un riesgo mayor de desarrollar enfermedades cardíacas, cáncer de pulmón, accidente cerebro-vascular, enfisema, y muchas otras enfermedades crónicas graves. Los riesgos para las fumadoras se han incrementado drásticamente en los últimos 50 años y en la actualidad son los mismos que tienen los hombres de enfermar de cáncer de pulmón, enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) y enfermedad cardiovascular. Como nunca antes las fumadoras tienen las mismas probabilidades que los hombres de morir a causa de muchas de las enfermedades causadas por fumar.

## ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR Y ACCIDENTE CEREBROVASCULAR (ACV)

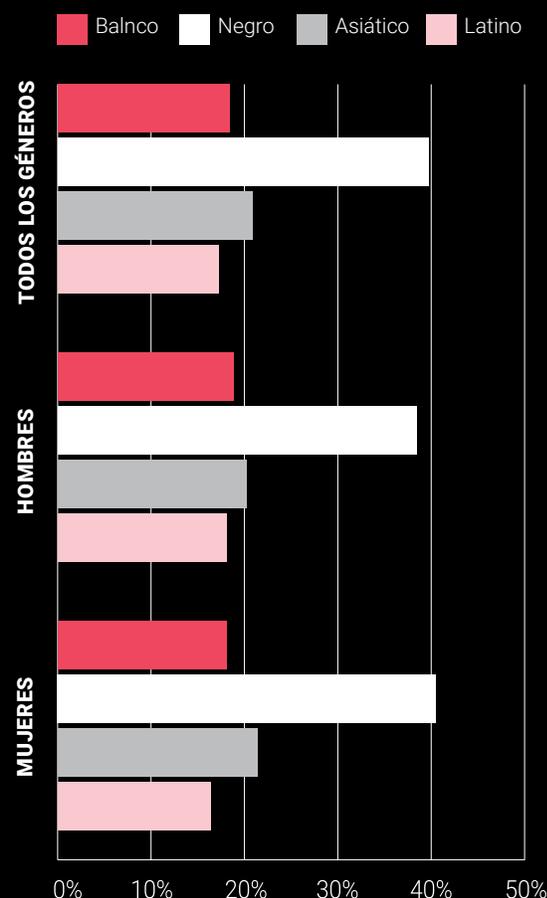
- ▶ Fumar es la principal causa de enfermedades cardiovasculares, incluyendo cardiopatía coronaria, aterosclerosis y ACV. Una de cada 3 mujeres muere a causa de enfermedad cardiovascular y accidente cerebrovascular.<sup>25</sup>
- ▶ Por año, más de 60,000 mujeres mueren por enfermedades cardiovasculares asociadas al tabaquismo.<sup>26</sup>
- ▶ Las mujeres nativas americanas y nativas de Alaska tienen un riesgo mayor de sufrir enfermedades y muerte asociadas al tabaco, a causa de su alto índice de tabaquismo. En este grupo, fumar es la causa del 18% de muertes por isquemia cardíaca, del 13% de muertes por otras afecciones del corazón, y del 20% de muertes por ACV, comparadas con el 9%, 7%, y 10%, respectivamente entre las mujeres blancas.<sup>27</sup>
- ▶ Fumar daña el corazón de numerosas maneras. Fumar causa un aumento instantáneo en la presión arterial y el ritmo cardíaco. También daña los vasos sanguíneos y hace más probable que se formen coágulos, lo cual puede bloquear el flujo de sangre al corazón y al cerebro, lo que a su vez puede provocar un ataque al corazón o un accidente cerebrovascular.
- ▶ Las enfermedades cardiovasculares afectan a mujeres de todas las edades y son la principal causa de muerte. En mujeres a partir de 35 años de edad el riesgo de morir a causa de afecciones cardíacas es, en el presente, mayor que en los hombres.<sup>28</sup>
- ▶ Las personas fumadoras son de 2 a 4 veces más propensas a desarrollar afecciones cardíacas que quienes no fuman.<sup>29</sup>
- ▶ Fumar cigarrillos duplica el riesgo de las personas de sufrir un accidente cardiovascular. El ACV es la tercera causa principal de muerte en mujeres, y cada año mata a 80,000. Cerca del 60% del total de muertes por ACV ocurren en mujeres<sup>30</sup> y las afrodescendientes tienen la incidencia más alta.<sup>31</sup>
- ▶ Las mujeres también enfrentan riesgos únicos como consecuencia del tabaquismo. Las fumadoras que usan anticonceptivos tienen un riesgo todavía mayor de sufrir un ataque al corazón o un ACV.<sup>32</sup>
- ▶ La exposición al humo de tabaco ajeno puede causar enfermedad cardiovascular y ACV en las personas no fumadoras.<sup>33</sup> Por grupo étnico, las mujeres afrodescendientes son quienes están expuestas a niveles más altos de humo de tabaco ajeno y representan el 40.5% de mujeres en comparación con el 21.4% de asiáticas, el 18.1% de blancas y el 16.4% de latinas.<sup>34</sup>



**1 DE CADA 3 MUERTES DE MUJERES SON POR ENFERMEDAD CARDIOVASCULAR Y ACV**

CDC

**EXPOSICIÓN AL HUMO DE TABACO AJENO ENTRE HOMBRES Y MUJERES NO FUMADORAS POR GRUPO ÉTNICO**



National Center for Health Statistics, National Health and Nutrition Examination Survey, 2015-2018

# MEDIANA EDAD CONTINUACIÓN

## ENFERMEDADES RESPIRATORIAS

- ▶ Fumar cigarrillos es la principal causa de enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC), una enfermedad crónica letal que daña las vías respiratorias, bloquea el flujo de aire y causa problemas relacionados con la respiración. La EPOC hace referencia a un grupo de enfermedades, como enfisema y bronquitis crónica.<sup>35</sup>
- ▶ Cerca del 90% de los casos de EPOC son causados por el tabaquismo. Las fumadoras en ciertos grupos etarios tienen una probabilidad de desarrollar EPOC<sup>36</sup> veces mayor que las mujeres que no han fumado nunca.
- ▶ En comparación con los hombres, las mujeres sufren de EPOC en una proporción mayor, desarrollan la enfermedad siendo más jóvenes (generalmente entre los 45 y 64 años) y parecen ser más susceptibles a desarrollar EPOC severo a una edad más temprana.<sup>37</sup>
- ▶ Fumar causa la mayor cantidad de muertes por EPOC en las mujeres (50,000 al año). La muerte por esta enfermedad ha aumentado exponencialmente en las últimas décadas y ahora causa más muertes de mujeres que de hombres.<sup>38</sup>
- ▶ Fumar hace que las enfermedades pulmonares crónicas, tales como el asma y la bronquitis, se agraven.<sup>39</sup>
- ▶ Fumar incrementa el riesgo de infecciones respiratorias.<sup>40</sup>
- ▶ La COVID-19 ataca a los pulmones y es una amenaza especialmente seria para las personas que fuman. Según los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC), quienes fuman tienen un riesgo mayor de sufrir la enfermedad de COVID-19 de manera más severa.<sup>41</sup>



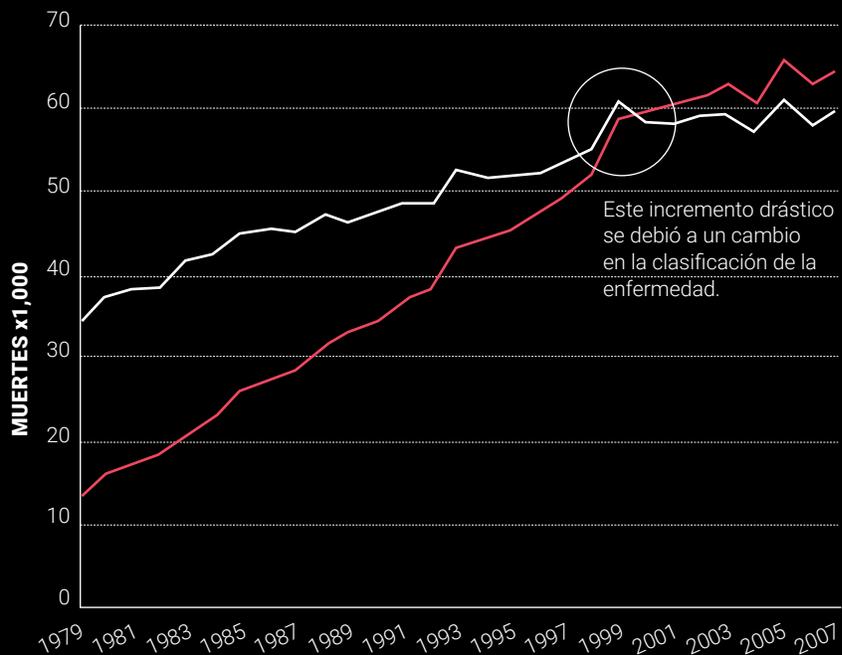
**Gerí M, edad 58, Michigan; diagnosticada con EPOC a los 44**

**“Si puedo ayudar aunque sea a una persona a dejar de fumar, entonces habré convertido mi maldición en una bendición.”**

CDC, Consejos de ex-fumadores, participante

## MUERTES POR ENFERMEDAD PULMONAR OBSTRUCTIVA CRÓNICA EN HOMBRES Y MUJERES ADULTOS, 1979–2007, ESTADOS UNIDOS

— Hombres — Mujeres



Fuente: Dance 2012. Reimpreso con el permiso de MacMillan Publishers Ltd. 2012

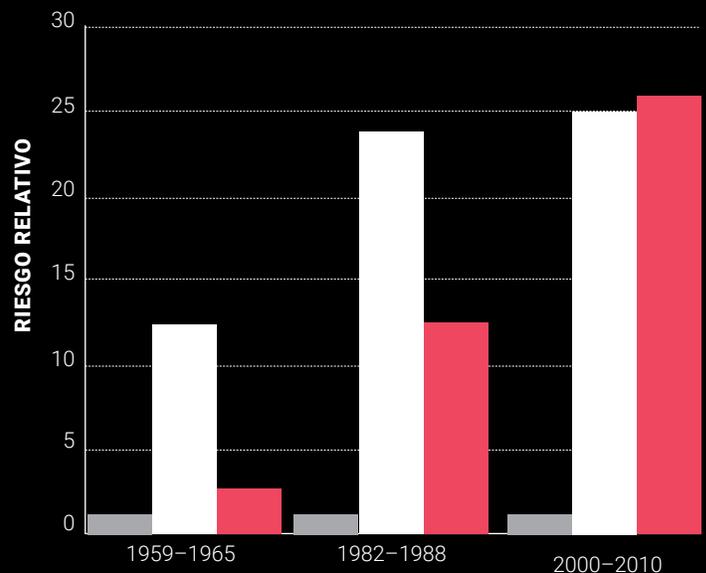
## CÁNCER

- ▶ Fumar puede causar cáncer en casi cualquier parte del cuerpo. Fumar causa cáncer en el pulmón, la laringe, la cavidad oral, la vejiga, el hígado, el páncreas, los riñones, el colon y el recto, el estómago, la sangre y el esófago. Fumar también está asociado con aumento en el riesgo de desarrollar cáncer de cuello uterino.<sup>42</sup>
- ▶ Cada año, más de 275,000 mujeres son diagnosticadas con algún tipo de cáncer asociado al tabaquismo, y mueren más de 145,000.<sup>43</sup>
- ▶ Mueren más mujeres por cáncer de pulmón que por cualquier otro tipo de cáncer. En 1987, el cáncer de pulmón sobrepasó al cáncer de mama y se convirtió en el tipo con mayor índice de mortalidad en mujeres.<sup>44</sup>
- ▶ Fumar es la causa del 80% de todas las muertes por cáncer en las mujeres.<sup>45</sup> Aproximadamente 62,000 morirán de cáncer de pulmón en 2021.<sup>46</sup>
- ▶ El cáncer de pulmón es la principal causa de muerte entre las mujeres afrodescendientes, siendo la causa del 20% de todas las muertes por cáncer.<sup>47</sup>
- ▶ El riesgo de desarrollar cáncer de pulmón se ha incrementado de manera dramática en las fumadoras en las últimas décadas. Entre 1959 y 2010, este riesgo era más del doble en los hombres, pero se ha multiplicado por diez en las mujeres. Esto sucedió a pesar de que la prevalencia del tabaquismo y el número de cigarrillos diarios consumidos por cada persona fumadora decayeron durante ese mismo período de tiempo. El informe del Cirujano General de los Estados Unidos sobre *Fumar y sus consecuencias para la salud* concluye que los cambios en el diseño y en el contenido de los cigarrillos en los últimos 50 años son los factores que han contribuido a este aumento.<sup>48</sup> En concreto, las compañías tabacaleras testearon en máquinas cigarrillos con filtros perforados o "ventilados" para producir niveles más bajos de alquitrán y nicotina, y luego introdujeron estos cigarrillos en el mercado como menos peligrosos. Millones de mujeres cambiaron a los nuevos cigarrillos bajos en alquitrán, pensando que así estaban protegiendo su salud. Pero en realidad, la evidencia ahora demuestra que estos cigarrillos aumentaron el riesgo de las personas fumadoras de desarrollar cáncer de pulmón. Las tabacaleras también aumentaron los niveles de nitrosaminas específicas del tabaco que son compuestos carcinogénicos potentes, lo cual probablemente también contribuyó a este incremento.

## DIABETES

- ▶ En los Estados Unidos, aproximadamente 16 millones de mujeres tienen diabetes.<sup>49</sup> El riesgo de desarrollar diabetes es de 30-40% mayor para las personas fumadoras que para quienes no fuman.<sup>50</sup> Fumar también puede hacer que la diabetes sea más difícil de controlar.
- ▶ Las personas fumadoras con diabetes tienen mayores riesgos de tener problemas graves de salud, incluyendo enfermedad cardíaca y nefropatía, mala circulación en piernas y pies -lo cual puede provocar infecciones- y retinopatía, una enfermedad del ojo que puede resultar en ceguera.<sup>51</sup>

## LOS RIESGOS PARA LAS MUJERES DE DESARROLLAR CÁNCER DE PULMÓN SE HAN INCREMENTADO DRAMÁTICAMENTE



Fuente: [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/50th-anniversary/pdfs/wynk-cancer.pdf](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/50th-anniversary/pdfs/wynk-cancer.pdf)

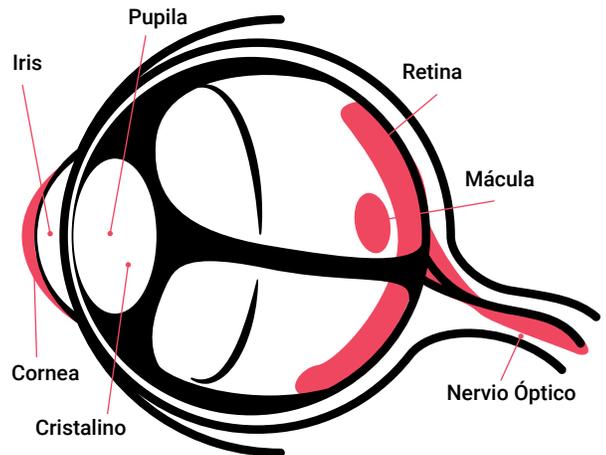
# EN LA TERCERA EDAD

## EL RIESGO DE PADECER ENFERMEDADES ASOCIADAS AL TABAQUISMO CONTINÚA CON EL PASO DEL TIEMPO.

Aunque la mayoría de la gente sabe de las enfermedades crónicas que causa el tabaquismo, por lo general desconoce que fumar es también un factor de riesgo para muchas dolencias que afectan predominantemente a las personas de mayor edad.

- ▶ Fumar es un factor que predispone a la enfermedad de Alzheimer,<sup>52</sup> la cual es la quinta causa principal de muerte en personas adultas de 65 años y más edad, y la sexta causa de muerte en el total de personas adultas. En los Estados Unidos son aproximadamente 5.8 millones de personas quienes padecen la enfermedad y alrededor de dos tercios son mujeres.<sup>53</sup>
- ▶ Las mujeres que fuman más cigarrillos diarios tienen más probabilidades de desarrollar deterioro cognitivo más adelante en la vida.<sup>54</sup>
- ▶ Fumar puede provocar serios problemas en los ojos, como pérdida de visión o ceguera. Por ejemplo, fumar puede causar degeneración macular asociada con la edad (DMAE), una enfermedad del ojo que afecta la capacidad de ver objetos con claridad y que puede impactar en las actividades cotidianas, como leer y conducir. La DMAE es la mayor causa de ceguera en personas mayores de 65 años en los Estados Unidos.<sup>55</sup> Algunos estudios indican que la exposición constante al humo de tabaco ajeno también puede aumentar el riesgo de DMAE.<sup>56</sup>
- ▶ Fumar es un factor de riesgo que predispone a la osteoporosis.<sup>57</sup> Fumar afecta la habilidad del cuerpo de absorber el calcio, lo que resulta en la pérdida de densidad ósea y en huesos más débiles. En la etapa de posmenopausia, las mujeres que fuman tienen huesos más débiles que las mujeres que nunca han fumado, y tienen un riesgo mayor de sufrir fracturas de cadera.<sup>58 59</sup>
- ▶ Las mujeres que fuman son proclives a experimentar los síntomas de transición menopáusica dos o tres años antes que las no fumadoras.<sup>60</sup> Fumar puede empeorar los síntomas de la menopausia, incluyendo ansiedad, cambios de humor, trastornos del sueño y problemas en la piel. Por ejemplo, las mujeres fumadoras suelen padecer más sofocos que las no fumadoras.<sup>61</sup>
- ▶ Investigaciones recientes sugieren que el uso de cigarrillos electrónicos tiene un efecto negativo en la salud bucal. La nicotina afecta el flujo sanguíneo a las encías, y puede provocar inflamación en ellas.<sup>62</sup> Además, los químicos en los cigarrillos electrónicos se quedan en la boca, y pueden debilitar el esmalte y contribuir a la pérdida de piezas dentarias.<sup>63</sup> Vapear cambia el equilibrio de la microflora bacteriana, aumentando el riesgo de infecciones orales.<sup>64</sup>

## UNA MIRADA SOBRE EL OJO



**Fumar causa degeneración macular asociada con la edad (DMAE) y cataratas, que son las principales causantes de ceguera.**

CDC



**Marlene K. fumó y comenzó a perder la visión a los 56. Tuvo que aplicarse docenas de inyecciones en cada ojo para evitar perder la vista del todo.**

***"Absolutamente nada—la comida, beber, los cigarrillos, nada— vale la pena para pasar por lo que estoy pasando."***

CDC, Concejos de Ex-Fumadores -participante

# DEJAR DE FUMAR EN FAVOR DE LA SALUD

## DEJAR DE FUMAR TIENE ENORMES BENEFICIOS PARA LA SALUD DE MUJERES DE TODAS LAS EDADES

*Dejar de fumar es una de las mejores cosas que las mujeres pueden hacer por su salud. La salud comienza a mejorar inmediatamente después de abandonar. Pero la nicotina es una droga adictiva muy poderosa. Dejar de fumar es difícil, y a veces son necesarios múltiples intentos hasta lograr el éxito.*

- ▶ Las mujeres están sumamente motivadas para dejar de fumar. Cerca del 70% de las mujeres fumadoras están interesadas en dejar y 55% hacen por lo menos un intento cada año.<sup>65</sup>
- ▶ A pesar de que los beneficios de abandonar son mayores si se lo logra a una edad más temprana, dejar de fumar tiene beneficios para la salud a cualquier edad.<sup>66</sup>
- ▶ Dejar de fumar mejora la función pulmonar y reduce el riesgo de infecciones pulmonares.<sup>67</sup>
- ▶ Quienes dejan de fumar comienzan a mejorar su salud y a reducir el riesgo de enfermedad cardiovascular de manera inmediata.<sup>68</sup>
- ▶ Dejar de fumar reduce el riesgo de sufrir ataques cardíacos a un año de haber abandonado el tabaco.<sup>69</sup>
- ▶ Los riesgos para la mujer de enfermar de cáncer de pulmón se disminuyen a la mitad después de 10 años de haber abandonado.<sup>70</sup> A los 5 años de dejar de fumar, las mujeres pueden ver

reducido su riesgo de sufrir accidente cerebro-vascular al grado de las mujeres que nunca fumaron.<sup>71</sup>

- ▶ A pesar de que la fibrosis pulmonar es irreversible, dejar de fumar ayuda a prevenir que los síntomas de la enfermedad empeoren. A las dos semanas de abandonar, las fumadoras ya comienzan a respirar mejor.<sup>72</sup>
- ▶ Las mujeres que dejan de fumar reducen su riesgo de morir por EPOC.<sup>73</sup>
- ▶ Dejar de fumar reduce el riesgo de cáncer de cuello uterino en unos pocos años.<sup>74</sup>
- ▶ Dejar de fumar fortalece los huesos y músculos y reduce el riesgo de sufrir fracturas.<sup>75</sup>
- ▶ El alto riesgo de dar a luz a un bebé con bajo peso al nacer se reduce si la mujer deja de fumar antes de concebir o dentro del primer trimestre de embarazo.<sup>76</sup>
- ▶ Para las mujeres que están bajo terapias oncológicas, dejar de fumar también mejora la habilidad del cuerpo de sanar y de responder al tratamiento.<sup>77</sup> Dejar de fumar también puede reducir la probabilidad de relapso del cáncer en las mujeres que están en remisión.<sup>78</sup>

## LOS BENEFICIOS DE DEJAR DE FUMAR PARA LA SALUD



**MEJORA** la salud y **AUMENTA** la expectativa de vida



**DISMINUYE** el riesgo de 12 tipos de cáncer



**DISMINUYE** el riesgo de enfermedad cardiovascular



**DISMINUYE** el riesgo de enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC)



**DISMINUYE** riesgo de efectos perjudiciales en la salud reproductiva



**BENEFICIA** a las personas que ya han sido diagnosticadas con enfermedad coronaria o EPOC



**BENEFICIA** a las personas a cualquier edad, incluso a aquellas que han fumado por muchos años o que han fumado muy intensamente.



[https://www.cdc.gov/tobacco/quit\\_smoking/how\\_to\\_quit/benefits/index.htm](https://www.cdc.gov/tobacco/quit_smoking/how_to_quit/benefits/index.htm)



# DÉCADAS DE *MARKETING* DEPREDADOR

## **LA INDUSTRIA DEL TABACO TIENE UNA LARGA HISTORIA DE APUNTAR A LAS MUJERES Y A LAS NIÑAS.**

El impacto devastador en las mujeres es el resultado directo de décadas de marketing de la industria del tabaco dirigido hacia ellas. Las compañías tabacaleras tienen una larga historia de haber explotado las aspiraciones, las preocupaciones sobre la imagen corporal y las inseguridades percibidas de mujeres y niñas para venderles productos adictivos y mortíferos.

Las compañías tabacaleras entendieron la importancia de captar a mujeres y niñas como nuevos clientes, y para ello han realizado extensas investigaciones de mercadeo acerca de las actitudes de las mujeres; lo que les ha ayudado a comprender mejor cómo posicionar sus productos y orientar su publicidad. Al enfocar sus investigaciones en cómo las mujeres se perciben a sí mismas, las compañías tabacaleras han desarrollado las campañas de marketing más agresivas y sofisticadas de la historia para influenciarlas y captarlas. Como se detalla en la próxima sección, las consecuencias de estas campañas son devastadoras.

# EN EL PRINCIPIO

## LOS PRIMEROS AÑOS DEL *MARKETING* DIRIGIDO A LAS MUJERES

La estrategia de las compañías tabacaleras de usar marketing dirigido a las mujeres se puede trazar desde los años 1920s, cuando varias compañías de la industria descubrieron el potencial que esto tenía. “La industria del tabaco se dio cuenta de que la mitad de sus consumidoras potenciales ni siquiera habían considerado fumar cigarrillos,” comentó Robert Jackler, de la Universidad de Stanford. “En realidad la industria comenzó a diseñar maneras de alentar a las mujeres para que estuviesen dispuestas a fumar en público”.<sup>79</sup>

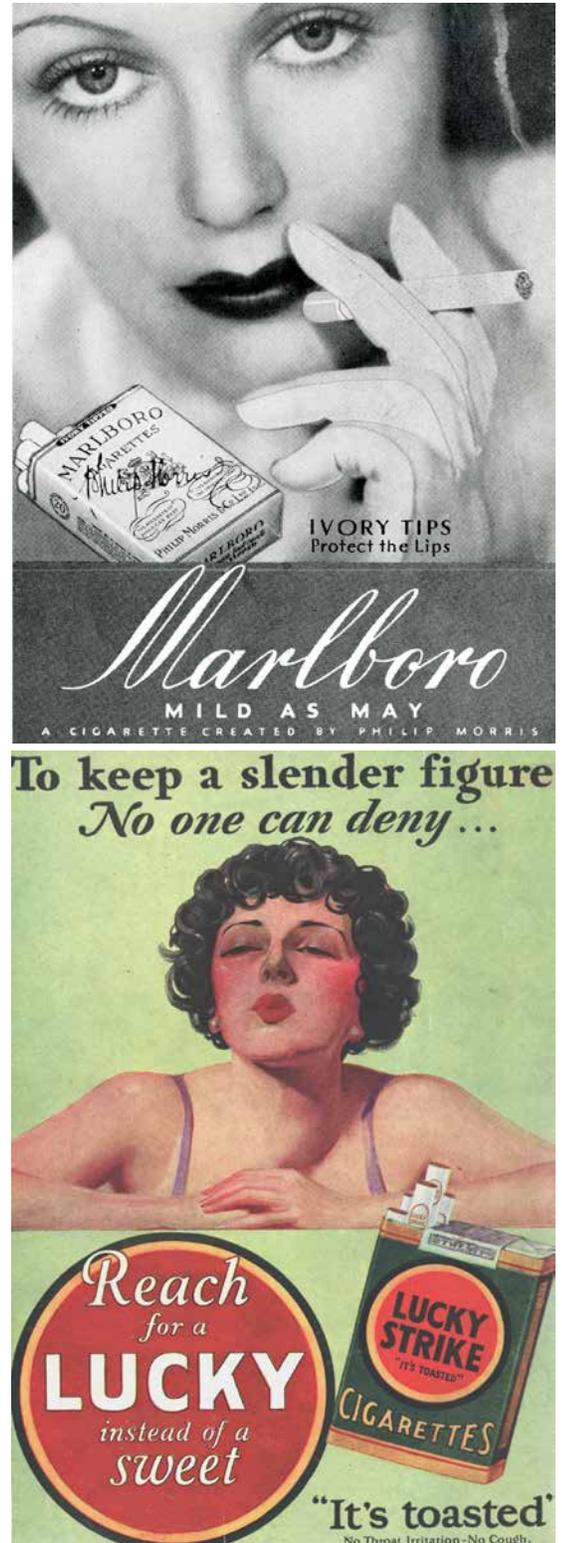
Lanzado con un marketing dirigido a las mujeres en los años 1920<sup>80</sup>, el lema debut de Marlboro, “Mild as May” (Suave como mayo), retrataba el fumar como algo femenino. Los cigarrillos venían con una envoltura impermeable en el filtro para evitar que se corriese el labial y luego la compañía introdujo una envoltura de color rojo para poder ocultar sus marcas.<sup>81</sup> Las mujeres se hicieron adictas y Marlboro continúa siendo la marca preferida para las personas fumadoras de ambos sexos.<sup>82</sup>

Desde sus comienzos, la publicidad del tabaco fue orientada hacia las mujeres y niñas buscando establecer una conexión entre fumar, la delgadez y el control del peso corporal. Una publicidad de los años 1920 de cigarrillos Lucky Strike instaba a las mujeres a “tomar un Lucky en vez de un dulce” (“Reach for a Lucky instead of a sweet.”) La promoción de Lucky Strike como una ayuda dietética para controlar el peso dio como resultado un aumento superior al 300% en las ventas de la marca en su primer año de campaña publicitaria.<sup>83</sup>

Durante el período de la Segunda Guerra Mundial, las compañías de cigarrillos comenzaron a diseñar campañas dirigidas a las mujeres de manera aún más agresiva, usando los temas de la moda, la belleza y la sofisticación que continúan hasta el presente. Las publicidades de los cigarrillos Chesterfield mostraban fotografías glamorosas de “la chica Chesterfield del mes” (“Chesterfield girl of the month”), por lo general una modelo de la moda o una estrella de Hollywood, tales como Rita Hayworth, Rosalind Russell o Betty Grable.<sup>84</sup>

“ La industria del tabaco se dio cuenta de que la mitad de sus consumidoras potenciales ni siquiera habían considerado usar cigarrillos”

Dr. Robert Jackler, Stanford University,  
Fundador del Stanford Research sobre el  
Impacto de la Publicidad del Tabaco (SRITA)



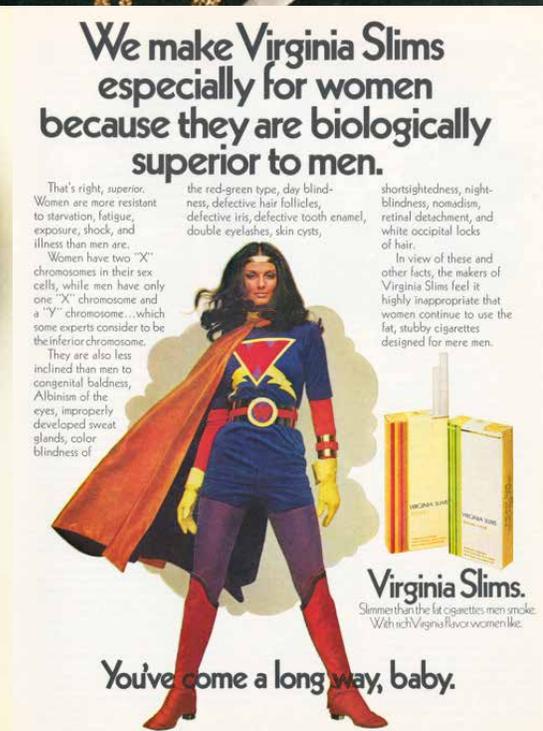
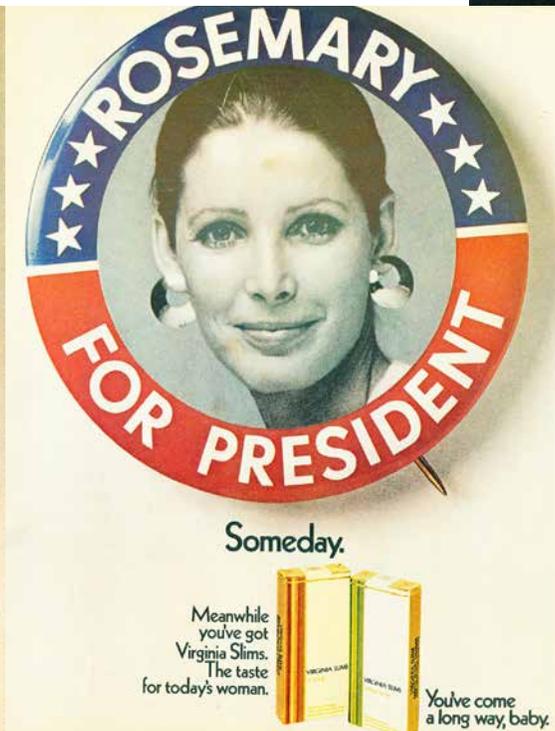
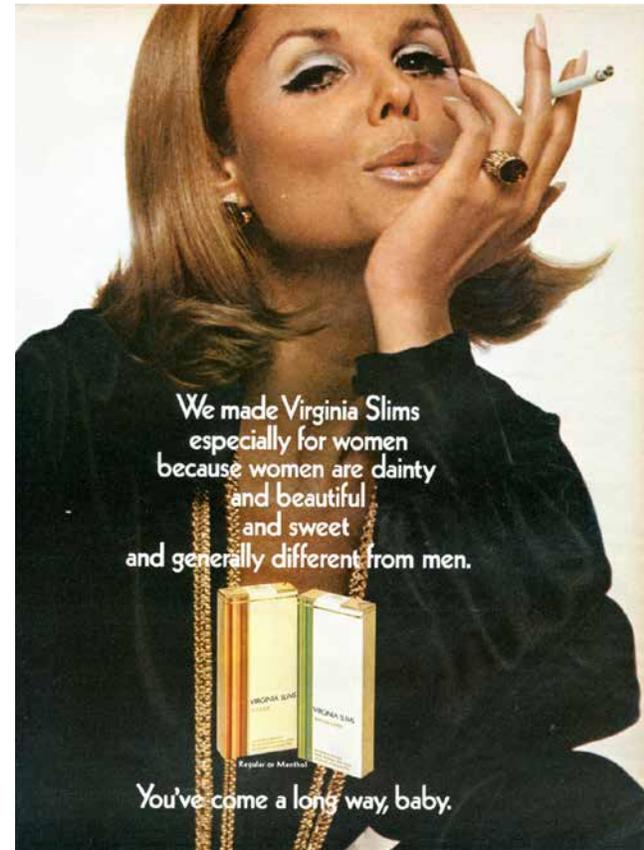
# HECHO A MEDIDA PARA LAS MUJERES

## LA CREACIÓN DE MARCAS ESPECÍFICAS PARA MUJERES

La publicidad de los cigarrillos continuó apuntando a las mujeres durante la década de 1950 y alcanzó niveles más altos a finales de la década de 1960. Al darse cuenta del impacto que el movimiento de liberación femenina estaba teniendo en el rol de las mujeres en América, las compañías tabacaleras comenzaron a crear marcas de cigarrillos específicas para ellas, con mensajes que se apropiaban del movimiento.

En 1968, Philip Morris introdujo Virginia Slims, la primera marca específica para mujeres en llegar al mercado. Con su icónico eslogan "You've come a long way, baby," (Has recorrido un largo camino, muchacha) la campaña publicitaria de Virginia Slims se apropiaba cínicamente de los temas y objetivos del movimiento de liberación femenina – independencia y empoderamiento – para vender un producto que traería adicción, enfermedad y muerte a millones de mujeres.<sup>85</sup>

Datos históricos de Centro Nacional de Estadísticas de la Salud (NCHS por sus siglas en inglés) muestra un incremento abrupto en la iniciación al consumo de tabaco en niñas menores de 18 a finales de los 1960s, la misma época en que las publicidades de marcas específicas orientadas a mujeres entraron en el mercado.<sup>86</sup> Seis años después de la inserción de Virginia Slims y otras marcas específicas para mujeres, el índice de niñas de 12 años que se iniciaban en el consumo de tabaco había aumentado en 110%. También fue sustancial el incremento en las adolescentes.<sup>87</sup>



# EL LADO OSCURO DE LOS CIGARRILLOS "LIGHT"

## CÓMO ATRAER A LAS MUJERES CON CIGARRILLOS "LIGHT" Y "BAJOS EN ALQUITRÁN"

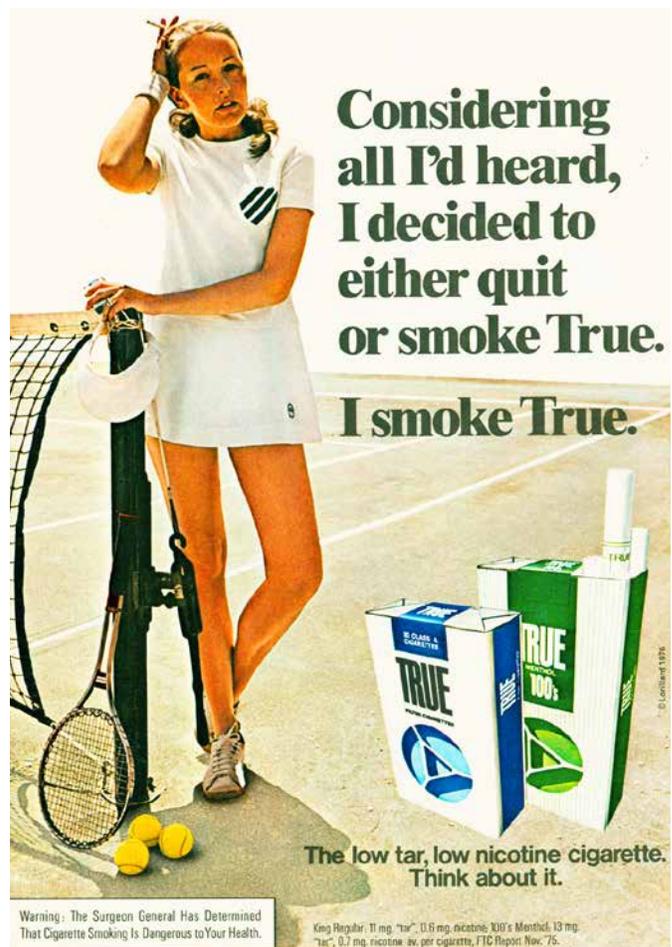
Después de que el fundamental informe del Cirujano General en 1964 estableciera la conexión entre fumar, el cáncer y otras enfermedades graves, la preocupación pública acerca de los riesgos para la salud generados por el tabaquismo se elevó rápidamente. La respuesta de la industria fue una estrategia urdida para difundir falsos argumentos de salud y hacer que las personas fumadoras cambiasen de marca, en lugar de dejar de fumar.

Las compañías tabacaleras comenzaron a comercializar agresivamente cigarrillos "light" y "bajos en alquitrán" como una opción más segura. Un ejemplo de esto es la estrategia publicitaria de Lorillard's True en los 1970s, que presentaba la marca de cigarrillos reducidos en alquitrán y nicotina como una alternativa a dejar de fumar.

Las compañías sabían que esta estrategia funcionaba particularmente bien con las mujeres. Un documento de Philip Morris de 1978 remarcaba que: "Hoy las mujeres constituyen la mayoría del total de fumadores de cigarrillos bajos en alquitrán. Casi la mitad de las mujeres han cambiado a cigarrillos reducidos en alquitrán." La compañía introdujo Virginia Slims Lights para "capitalizar" esta tendencia.<sup>88</sup>

La industria del tabaco continuó comercializando estos productos a pesar de ser consciente de que las afirmaciones acerca de la salud implícitas en sus avisos publicitarios eran o bien erróneas, o bien completamente falsas.<sup>89</sup> En 2001, el Instituto Nacional del Cáncer (NCI por sus siglas en inglés) confirmó lo que las tabacaleras ya sabían: a pesar de que los cambios en el diseño de los cigarrillos reducían la cantidad de nicotina y alquitrán según las mediciones hechas con máquinas fumadoras, estas mediciones no mostraban adecuadamente cuánto alquitrán y nicotina recibe en realidad la persona que fuma.<sup>90</sup> Las personas fumadoras que cambiaban a "light" compensaban fumando más, inhalando más profundamente o bloqueando las perforaciones de ventilación en los filtros de los cigarrillos.<sup>91</sup>

Las investigaciones demuestran que la introducción de los "lights" puede haber sido la responsable de la mayor incidencia de enfermedades causadas por el tabaquismo, con consecuencias devastadoras en la salud de las mujeres.<sup>92</sup> Las mujeres eran más proclives que los hombres a fumar cigarrillos suaves, ligeros y ultra-light.<sup>93</sup> Además, expresaban en mayor medida que los hombres haber cambiado a marcas con menos alquitrán para



reducir los riesgos en su salud,<sup>94</sup> y quienes cambian por esa razón son en definitiva menos proclives a dejar de fumar.<sup>95</sup>

En 2006 la jueza de Tribunales de Distrito de Estados Unidos Gladys Kessler sentenció que el engaño "light and low" ("ligeros y bajos en alquitrán") era parte del patrón de ilegalidad de la industria. Al dictar sentencia a la demanda civil por *racketeering* (fraude, extorsión y/o coerción) presentada por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos, la jueza declaró que la argucia "light" y "low" tenía como objetivo "mantener a las personas fumadoras en su adicción, evitar que dejen de fumar, alentar a la gente – especialmente a la gente joven – a comenzar a fumar y mantener o incrementar el lucro corporativo".<sup>96</sup> Como parte de la ley de 2009 que otorgaba a la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA por sus siglas en inglés) autoridad sobre los productos de tabaco, el Congreso prohibió el uso de los términos insidiosos 'ligero,' 'suave' y 'bajo en alquitrán' en la publicidad y venta de los cigarrillos.<sup>97</sup>

1920s

1930s

1940s

1950s

1960s

1970s

1980s

1990s

2000s

2010s

2020s

# EL MARKETING TOMA VUELO

## LA PROLIFERACIÓN DE CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LAS MUJERES

Philip Morris continuó la comercialización de Virginia Slims usando imágenes de mujeres empoderadas junto con el eslogan "You've come a long way, baby" ("Has recorrido un largo camino, muchacha") durante las décadas de 1970s y 1980s. Los mensajes de estos avisos publicitarios usualmente se enfocaba en cómo las vidas de las mujeres habían cambiado desde 1920s y 1930s, enfatizando las nuevas libertades conseguidas por ellas.

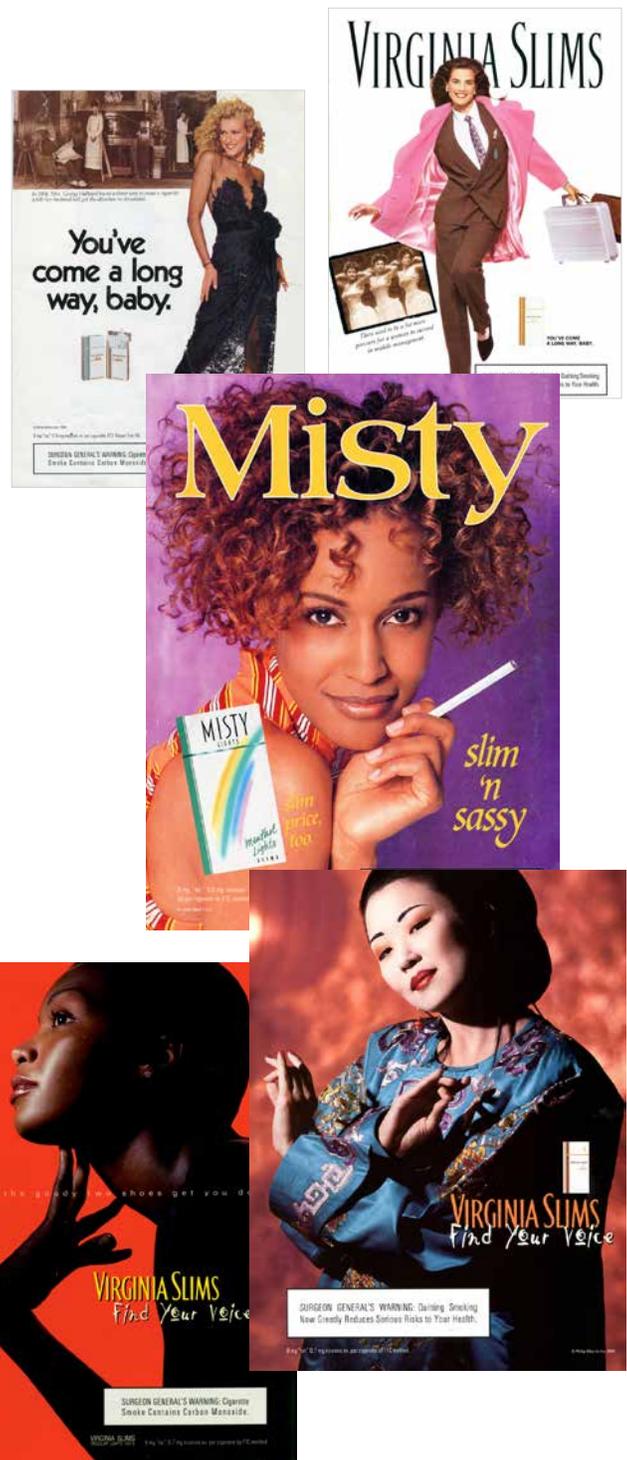
Otras marcas específicas para mujeres surgieron también, tales como Misty ("slim 'n sassy") y Capri ("The Slimmest Slim!"), las que rápidamente adoptaron la táctica de asociar un cigarrillo súper delgado con imágenes de flirteo y diversión.

En 1999, Virginia Slims lanzó la fastuosa campaña publicitaria "Find Your Voice" la cual exhibía mujeres extraordinariamente hermosas de todo el mundo y sugería que la independencia y la seducción se pueden lograr fumando. Los avisos publicitarios aparecieron en una amplia variedad de publicaciones con audiencias predominantemente femeninas, incluyendo a *Glamour*, *Ladies' Home Journal*, *People*, *Essence*, *Vibe* y *Latina*.

La prensa especializada llamó a la campaña "el primer esfuerzo concertado multicultural de marketing para un cigarrillo, usando un único tema interpretado de diversas maneras por mujeres afro-americanas, asiático-americanas, latinas y mujeres del mercado en general". La compañía dijo que la campaña era coherente con avisos publicitarios de Virginia Slims del pasado, que "siempre han celebrado a la mujer y su rol."<sup>98</sup>

Las personas defensoras de la salud denunciaron a la campaña rápidamente. Un editorial de *Ms. Magazine* declaraba "Por años han subido sus cigarrillos cancerígenos a caballo de la liberación femenina, con frases zalameras como 'has recorrido un largo camino, muchacha.' Ahora Virginia Slims ha puesto la mira en globalizar la adicción y en igualar las enfermedades relacionadas al tabaquismo. En su última campaña . . . tienen el cinismo de hacer una llamada multicultural a las mujeres a que 'encuentren su voz."<sup>99</sup>

En Junio de 2000, durante el juicio de fumadores de Florida, el directorio ejecutivo de Philip Morris aceptó remover el eslogan "Find Your Voice" luego de que se les señalara lo ofensivo que resulta para las personas fumadoras con cáncer de garganta.<sup>100</sup>



# FUMAR COMO MODA

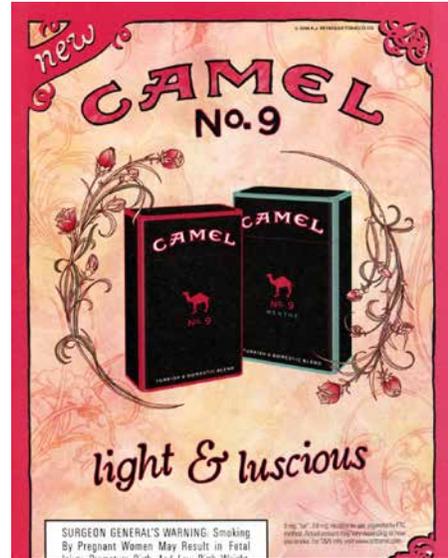
## LOS CIGARRILLOS “DE ÚLTIMA MODA” DE LOS AÑOS 2000

En enero de 2007, R.J. Reynolds (RJR) lanzó una nueva versión de su cigarrillo Camel, llamado Camel No. 9, empaquetado en cajetillas negras brillantes con bordes en rosa eléctrico y verde azulado, y con un camello rosa en cada cigarrillo. El nombre evocaba uno de los famosos perfumes Chanel, y la campaña de marketing asociaba la marca con el romance, el glamour y la moda.

El lanzamiento de la campaña incluyó avisos publicitarios en *Vogue*, *Glamour*, *Cosmopolitan*, *Marie Claire* e *InStyle*. En bares de todo Estados Unidos se llevaron a cabo las “*ladies nights*” de Camel No. 9, que ofrecían a las mujeres productos de belleza, manicuría, maquillaje y servicios de peluquería. Los obsequios promocionales incluían bálsamos labiales saborizados, accesorios para celulares y pequeños monederos, todos en rosa eléctrico. Posteriormente, la publicidad de una versión del cigarrillo Camel No. 9 más delgado lo asociaba con la moda vintage. El texto de un aviso decía “*Now Available in Stiletto*” (ahora disponible en tacón aguja) y “*Dressed to the 9s*,” (vestida a la perfección) dirigiendo el cigarrillo a “la mujer que está a la vanguardia de la moda.” RJR también solicitó a diseñadores de moda emergentes que diseñasen la edición limitada de las cajetillas y accesorios.

Esta campaña motivó al periódico *The Oregonian* a editorializar que R.J. Reynolds, que ya había vendido cigarrillos a adolescentes con el personaje de caricatura, ahora prohibido, Joe Camel, se las traía de nuevo con la “*Barbie Camel*.”<sup>101</sup>

En octubre de 2008, Philip Morris USA anunció una nueva renovación de su marca Virginia Slims con “*purse packs*” – paquetes rectangulares y pequeños que contenían cigarrillos “súper delgados”. Disponibles en tonos de rosa y verde azulado y con la mitad del tamaño de los paquetes estándar, estos elegantes “paquetes de monedero” tenían una llamativa semejanza con los paquetes de cosméticos y entraban cómodamente en monederos y billeteras pequeñas. El marketing de los nuevos Virginia Slims por correo directo llegaba en forma de una billetera estilo *clutch* llena de cupones coloridos con descuentos para paquetes de cigarrillos.



# APUNTANDO A LAS MINORÍAS

## PUBLICIDAD DIRIGIDA A AFRODESCENDIENTES Y LATINAS

Según el CDC, “los productos de tabaco son promocionados de manera desproporcionada en dirección a las comunidades de minorías raciales y étnicas.”<sup>102</sup> La industria del tabaco ha apuntado a las afrodescendientes y latinas con un amplio abanico de esfuerzos promocionales, incluyendo el patrocinio de eventos sociales y eventos musicales, publicidad impresa en revistas y promociones con descuentos y obsequios.

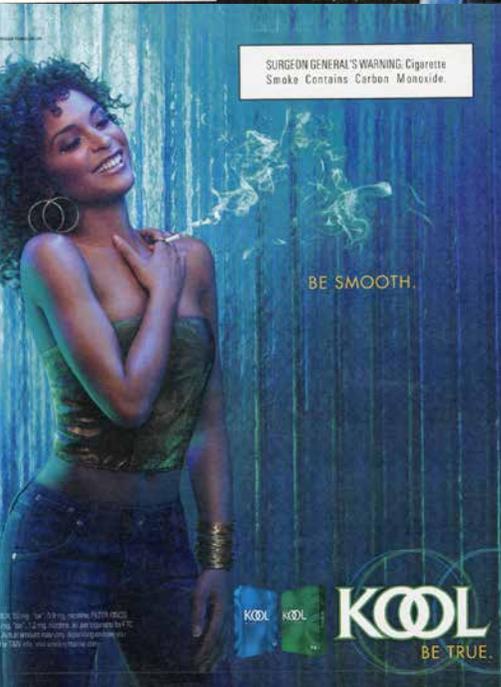
Una de las primeras investigaciones que analizó la publicidad de cigarrillos en revistas de las comunidades afroamericana y latina descubrió que “la industria tabacalera continúa apuntando a la comunidad afroamericana con publicidades de cigarrillos mentolados, parece estar apuntando a la comunidad latina de manera similar; y apunta a las mujeres de estas dos comunidades con publicidades adicionales adaptadas.”<sup>103</sup>

Por ejemplo, en los años 2000 R.J.Reynolds lanzó la campaña con temática musical “Kool Be True” cuyo blanco eran las juventudes afroamericana y latina. La campaña usaba avisos publicitarios que presentaban modelos jóvenes, en actitud relajada y de diferentes etnias, y aparecían en revistas populares entre la juventud de esas comunidades.<sup>104</sup>

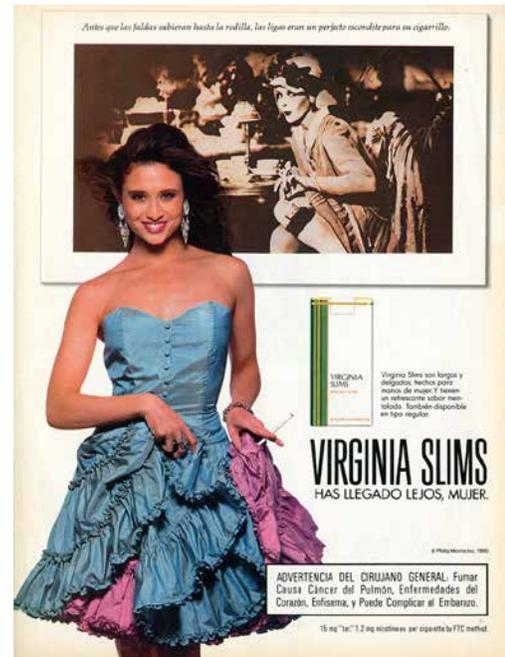
Como ilustran estos ejemplos, los avisos publicitarios dirigidos a las mujeres afrodescendientes y latinas fueron parte de la estrategia global de la industria tabacalera para captar nuevas clientas, poniendo énfasis en el tabaco como una importante cuestión de salud, equidad y justicia racial.



SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette Smoke Contains Carbon Monoxide.

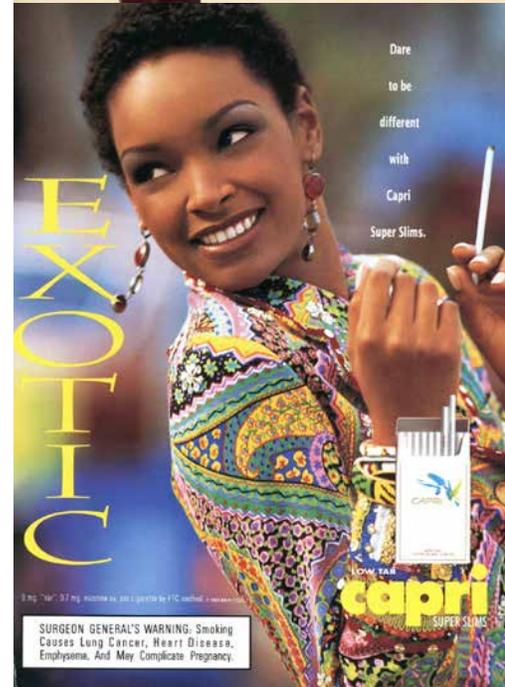


SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette Smoke Contains Carbon Monoxide.



VIRGINIA SLIMS  
HAS LLEGADO LEJOS, MUJER.

ADVERTENCIA DEL CIRUJANO GENERAL: Fumar Causa Cáncer del Pulmón, Enfermedades del Corazón, Emfisema, y Puede Complicar al Embarazo.



SURGEON GENERAL'S WARNING: Smoking Causes Lung Cancer, Heart Disease, Emphysema, And May Complicate Pregnancy.



# MANTENER A LAS MUJERES ENGANCHADAS

LEAVE THE BULL BEHIND

**Winston**

Hostile takeover

No additives in our tobacco does **NOT** mean a safer cigarette.

SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette Smoke Contains Carbon Monoxide.

LIGHTS BOX 9 mg "tar", 0.8 mg nicotine, BOX 13 mg "tar", 1.1 mg nicotine, av. per cigarette by FTC method. For more product information, visit [www.jti.com](http://www.jti.com)

No additives in our tobacco does **NOT** mean a safer cigarette.

Winston Lights Box 9 mg "tar", 0.8 mg nicotine, av. per cigarette by FTC method.

SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette Smoke Contains Carbon Monoxide.

UNTIL I FIND A REAL MAN, I'LL TAKE A REAL SMOKE.

NO ADDITIVES. NO SHEET. NO BULL.

CAMEL

PLEASURE TO BURN

SURGEON GENERAL'S WARNING: Quitting Smoking Now Greatly Reduces Serious Risks to Your Health.

SINCE 1913

## LA IMPORTANCIA DE LAS MUJERES FUMADORAS PARA TODAS LAS MARCAS

Con el éxito de estas marcas específicas para mujeres y de las campañas de *marketing*, las compañías tabacaleras reconocen cabalmente la importancia que tienen las mujeres para sus futuras ganancias. El tener a las mujeres como blanco no está limitado a productos específicos como Virginia Slims. Las marcas con mayor número de ventas – Marlboro y Newport – consideran a las fumadoras como parte significativa de su cuota de mercado. Marlboro y Newport son las dos primeras marcas entre niñas en edades 12-17, mujeres jóvenes y mujeres mayores.<sup>105</sup>

**Newport pleasure!**

Finest Quality Menthol!

SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette Smoke Contains Carbon Monoxide.

SALEM

stir the senses

SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette Smoke Contains Carbon Monoxide.

GREEN LABEL FULL FLAVOR: 18 mg "tar", 1.3 mg nicotine av. per cigarette by FTC method. For more product information, visit [www.salem.com](http://www.salem.com)

Visit [salemaccess.com](http://salemaccess.com). Website restricted to smokers 21 or older.



# MARKETING EN LA ERA DIGITAL

## NUEVOS PRODUCTOS, NUEVAS TÁCTICAS, PERO EL MISMO INSIDIOSO OBEJTIVO DE ATRAER A MUJERES Y NIÑAS

Las compañías tabacaleras están innovando constantemente. La era digital ha traído nuevos productos y nuevas tácticas, pero el marketing aún repite temas comunes en la larga historia de la industria tabacalera de dirigirse a mujeres y niñas.

Los cigarrillos electrónicos se han vuelto rápidamente un producto popular entre la juventud. Un informe reciente del Cirujano General expuso que "los cigarrillos electrónicos son comercializados y promocionados por medio de sabores y usando una amplia variedad de canales de comunicación y abordajes que ya han sido usados en el pasado para vender productos de tabaco convencionales a adolescentes y a personas adultas jóvenes."<sup>106</sup>

Al reproducir las viejas estrategias de la industria, incluyendo la promoción por parte de celebridades, publicidades en TV y revistas, patrocinios de deportes y eventos musicales, la publicidad de los cigarrillos electrónicos ha sido efectiva en alcanzar a la gente joven. Como en décadas anteriores, el marketing de cigarrillos electrónicos promueve temas familiares, tales como la actitud de rebeldía, la diversión y el atractivo sexual.

Estas estrategias han funcionado. El cuerpo de datos de los CDC demuestra que en 2019, más del 70% de las niñas y adolescentes fueron expuestas a publicidades de cigarrillos electrónicos.<sup>107</sup>

Las tabacaleras y las compañías de cigarrillos electrónicos también han hecho uso de las redes sociales para promover sus productos. Las compañías de cigarrillos electrónicos comercializan extensamente a través de sitios web y han desarrollado una fuerte presencia en los sitios de redes sociales que son populares entre las personas jóvenes.<sup>108</sup> Las compañías también contratan a *influencers* y celebridades de las redes sociales para expandir su presencia digital, animar fiestas y eventos con cabinas de fotos selfie, e incentivar a quienes asisten a las fiestas a publicar comentarios acerca del producto.

Una gran cantidad de *influencers* tienen redes relevantes en el mundo de la moda, la música y el entretenimiento, y cuentan con enormes grupos de seguidores en las redes sociales. Además, las publicaciones generadas por usuarios con hashtags de productos específicos (por ejemplo: #JUULvapor, #doit4JUUL) se han generalizado en las redes sociales, aumentando la exposición de las infancias y la juventud a imágenes y mensajes a favor de los cigarrillos electrónicos.<sup>109</sup>



La compañía fabricante de cigarrillos Swisher Sweets le regaló a la cantante de rap Cardi B botas personalizadas con la marca después de su actuación en el show con entradas agotadas para el evento musical Swisher Sweets Artist Project. La compañía volvió a publicar las imágenes varias veces durante los meses siguientes en las plataformas de las redes sociales.



Cardi B compartió un video de agradecimiento a Swisher Sweets por sus botas personalizadas. Su publicación en Instagram para ayudar a promocionar los cigarrillos saborizados llegó rápidamente a una audiencia de más de 8 millones de personas.

**Los ejemplos a continuación muestran cómo tres nuevos productos perpetúan la historia de la industria tabacalera de innovación en el marketing para atraer a mujeres y niñas.**



# NUEVOS PRODUCTOS CONTINUACIÓN



## JUUL

Cuando Juul lanzó sus cigarrillos electrónicos en 2015, la compañía usó diseños coloridos y llamativos, muchos de los cuales representaban a mujeres jóvenes bailando y usando Juul. La original campaña de marketing de Juul incluía pantallas *billboard* gigantes en la Times Square de Nueva York, publicidades en Vice Magazine, fiestas de lanzamiento y tours de muestras gratis. Una publicidad impresa mostraba a una modelo con el pelo recogido en una larga cola de caballo y sosteniendo un Juul, evocando comparaciones con la estrella de pop adolescente Ariana Grande. Estas imágenes representaban a Juul como algo social, relajado y divertido, y apuntaban a las mujeres jóvenes que quisieran encajar.

Las redes sociales jugaron un gran papel en la popularidad de Juul. Con frecuencia, Juul invitaba a *influencers* a sus fiestas de lanzamiento y eventos de muestras gratis en todo Estados Unidos. Una audiencia en la Cámara de Representantes reveló que Juul tenía varios contratos con la agencia de marketing Grit Creative Group para identificar a *influencers* que podrían representar a la marca en las plataformas y redes sociales. Estas personas publicarían imágenes de sí mismas usando un Juul e incorporándolo en su vida diaria, influenciando así a una audiencia más amplia para que use el producto.



# NUEVOS PRODUCTOS CONTINUACIÓN

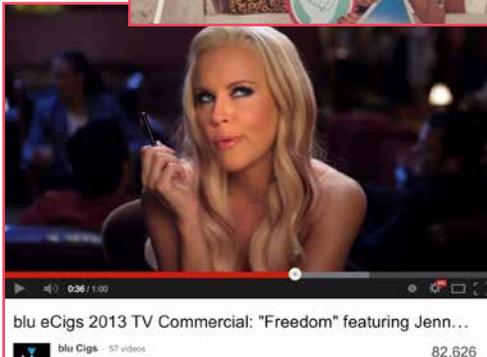
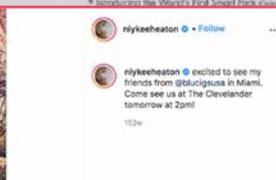
## BLU

Cuando los cigarrillos electrónicos blu fueron lanzados, el marketing mostraba al producto como un accesorio elegante, motivando a las mujeres a “fumar con estilo”. Los primeros avisos publicitarios incluían mensajes de libertad e imágenes de mujeres a la moda usando blu con leyendas tales como “La libertad nunca pasa de moda” y “Recupera tu libertad con blu.” La compañía retrataba a las consumidoras de sus cigarrillos electrónicos como modernas y glamorosas.

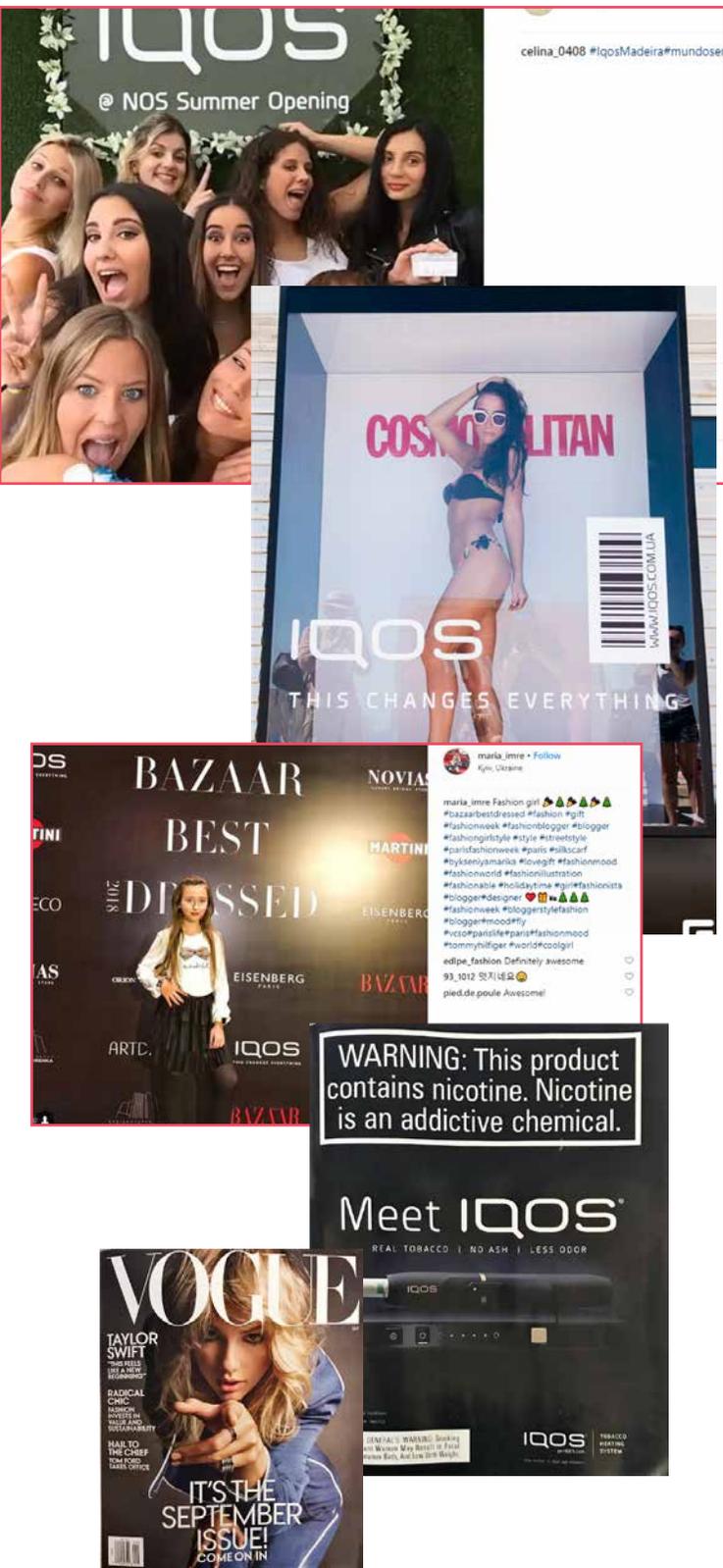
En 2013, blu se asoció a la celebridad Jenny McCarthy en una campaña publicitaria nacional por televisión e internet. Basándose en los temas de marketing anteriores, McCarthy presentó el producto como algo que le permitía recuperar su libertad y mejorar su auto-confianza al tener citas, remarcando que podía disfrutar blu en cualquier ocasión sin que le quedase impregnado olor a humo de tabaco.<sup>110</sup>

Posteriormente, blu se apoyó considerablemente en *influencers* de las redes sociales para comercializar sus productos en sitios populares entre púberes y adolescentes. Modelos y cantantes de moda con gran cantidad de seguidores y seguidoras en plataformas como Instagram y Twitter publicaban imágenes de ellas y ellos mismos sosteniendo un blu, haciendo que el producto se vea juvenil y sexy. Estas imágenes de *influencers* eran publicadas en sus propias cuentas de Instagram y también en la cuenta de blu, logrando así aumentar enormemente la audiencia expuesta a las publicaciones. Blu ha patrocinado eventos artísticos, eventos musicales y fiestas junto a grandes festivales como *South by Southwest*, lo cual genera una gran cantidad de publicaciones en las redes sociales.

Blu también condujo una serie de eventos, incluyendo un *party bus* y un mural en Atlanta, promociones en bares y clubes, y una fiesta en el Super Bowl para lanzar su nuevo producto myblu. Las imágenes retrataban a mujeres divirtiéndose en estos eventos en Atlanta y en otros lugares, haciendo que el producto sea asociado con un estilo de vida glamoroso. Una de las promociones más grandes de la marca fue la campaña “Pledge World” (un mundo prometedor), en la cual las personas participaban para ganar dinero que les permitiría lograr “lo que verdaderamente quieren hacer”. Los materiales de la promoción incluían a hombres y mujeres jóvenes y atractivos realizando actividades aventureras, como buceo, caída libre y alpinismo.



# NUEVOS PRODUCTOS CONTINUACIÓN



## IQOS

IQOS es un producto de tabaco calentado de Philip Morris International (PMI) que usa un dispositivo electrónico para calentar tabaco comprimido. Comercializado en varios países desde 2014, la FDA autorizó su venta en los Estados Unidos en 2019. Altria, la compañía que maneja el mercado en ese país, vende IQOS en Georgia, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Virginia, y tiene planes de expandirse en 2021.

IQOS también es comercializado como un producto sofisticado y de alta tecnología para quienes tienen aspiraciones.<sup>111</sup> Mientras que en Estados Unidos su promoción todavía es algo limitada, alrededor del mundo PMI usa exhibiciones localizadas estratégicamente, eventos culturales y fiestas patrocinadas por la marca, colaboraciones con la industria del diseño y la moda y las redes sociales para vender el producto a mujeres y niñas.<sup>112</sup>

PMI ha instalado “espacios IQOS” en festivales públicos y ha sido el anfitrión de eventos sociales y fiestas para promocionar la marca. Estas fiestas suelen incluir a músicos, DJs, y celebridades asociadas al mundo del arte, la moda y el diseño.

PMI ha patrocinado eventos de diseño y moda, tales como Mercedes-Benz Fashion Days en Ucrania, y se ha asociado con revistas de moda femenina para proyectos que incluían el diseño de estuches de IQOS. Las imágenes publicadas en las plataformas y redes sociales retratan a *influencers* que posan con el producto, asisten a fiestas glamorosas y cenas grupales y que realizan otras actividades que asocian a IQOS con un estilo de vida sofisticado y moderno.<sup>113</sup> Aunque las publicaciones se originaron fuera de los Estados Unidos, bastantes *influencers* tienen suficientes seguidores y seguidoras estadounidenses como para que una sola publicación llegue a más de un millón de personas en ese país.<sup>114</sup>

En los Estados Unidos, Altria ha abierto elegantes tiendas de IQOS en centros comerciales de lujo. En setiembre de 2019 y en preparación para su lanzamiento en Estados Unidos, Altria puso una publicidad de IQOS en la revista Vogue, que tenía a Taylor Swift en la portada.

En 2020, la FDA autorizó a PMI a comercializar IQOS usando la advertencia “exposición reducida”<sup>115</sup>, la cual Altria ya ha comenzado a usar en algunos de sus materiales de marketing.

Teniendo en cuenta la larga historia de mujeres afectadas por el marketing engañoso de la industria tabacalera y sus afirmaciones falsas acerca de la bondad de los cigarrillos “light” y “bajos en alquitrán”, la FDA debe monitorear cuidadosamente el marketing que hace Altria y los índices de uso de IQOS, para asegurar que el uso de la afirmación “exposición reducida” no resulte en tendencias similares.

1920s

1930s

1940s

1950s

1960s

1970s

1980s

1990s

2000s

2010s

2020s

# RUMBOS FUTUROS

**Para crear mejores resultados en la salud, es imperativo que quienes legislan implementen soluciones que ayuden a las mujeres y niñas a dejar de fumar y que eviten que las personas jóvenes comiencen siquiera a usar productos de tabaco. Estas acciones beneficiarán a generaciones de mujeres y niñas por venir. Nuestras soluciones incluyen:**

## **Expandir la promoción y el acceso a tratamientos de cesación tabáquica.**

Un acceso y cobertura integrales a estos tratamientos puede dar a las personas fumadoras una oportunidad exitosa de abandonar el consumo de tabaco. Las acciones específicas deben incluir:

- ▶ Asegurar el libre acceso a tratamientos de cesación basados en evidencia. Estos servicios deben ser promocionados extensamente de manera tal que tanto profesionales de la salud como quienes usan tabaco sepan que están disponibles.
- ▶ Expandir campañas mediáticas efectivas para ayudar a un mayor número de personas que usan tabaco a dejar de hacerlo. La campaña de educación pública del CDC, "Consejos de Ex Fumadores" (Tips), ha demostrado ser muy exitosa en reducir el tabaquismo.

**Asegurar que las mujeres reciban consejo para dejar e fumar de parte de los / las profesionales de la salud que las atienden.** El 40% de mujeres que han consultado a profesionales de la salud durante el pasado año reportan no haber recibido consejo para dejar de fumar. Esto es preocupante, porque quienes trabajan en salud tienen un papel vital en ayudar a sus pacientes a abandonar el uso del tabaco. Está demostrado que incluso un breve asesoramiento de parte de un/una profesional de la salud aumenta las probabilidades de que el/la paciente intente y eventualmente logre abandonar el tabaco.<sup>116</sup> Preguntar acerca del uso de tabaco y ofrecer asesoramiento para el cese del tabaquismo debería ser parte integral del cuidado de la salud reproductiva y maternal, al igual que en la medicina general.

## **Eliminar todos los productos de tabaco saborizado, incluyendo los cigarrillos mentolados, ayudará a evitar que las niñas y mujeres jóvenes usen estos productos.**

- ▶ Al enmascarar la aspereza y al aumentar el atractivo del tabaco, los sabores facilitan –especialmente a la juventud– el probar productos de tabaco y, en consecuencia, adquirir la adicción. El sabor mentolado incluso hace a los cigarrillos más adictivos y difíciles de dejar.<sup>117</sup> Recientemente,

la FDA tomó un paso de gran importancia al anunciar que iniciará una serie de normativas para prohibir los cigarrillos mentolados y los cigarros saborizados.

- ▶ Las mujeres fumadoras son significativamente más proclives que los hombres a usar cigarrillos mentolados.<sup>118</sup> Porque los cigarrillos mentolados son más adictivos y difíciles de dejar, el daño a la salud que infligen a las mujeres es mucho mayor. Eliminar los cigarrillos mentolados ayudará a que más mujeres puedan dejar de fumar, mejorará la salud y salvará vidas.

## **Implementar políticas con soluciones probadas, incluyendo aumentos en el impuesto a los cigarrillos, financiamiento completo a programas de prevención y cesación tabáquica y leyes integrales de ambientes laborales libres de humo, todo lo cual reduce el tabaquismo y protege a todas las personas de la exposición al humo de tabaco ajeno.**

Estas son políticas comprobadamente eficaces para prevenir que la gente joven comience a usar productos de tabaco, para ayudar a las personas fumadoras a abandonar y para proteger a las personas no fumadoras del humo de tabaco ajeno.<sup>119</sup>

- ▶ El Cirujano General de los Estados Unidos informó en 2014 que "aumentar los precios de los cigarrillos es una de las intervenciones de control del tabaco más efectivas". Un impuesto alto a los cigarrillos reduce el tabaquismo y salva vidas, ya que los encarece y los vuelve más difíciles de comprar para niñas y niños, y da a las personas fumadoras otro incentivo para dejar. Mientras más alto sea el impuesto, más vidas serán salvadas, especialmente si una porción de los ingresos públicos así generados se dedica a financiar programas de prevención y cesación del tabaquismo.

- ▶ Los programas integrales de prevención y cesación del tabaquismo previenen que niñas y niños comiencen a fumar, motivan y ayudan a quienes fuman a abandonar, abordan disparidades relacionadas con el tabaco, y combaten el marketing de la industria tabacalera. Estudios realizados en Estados Unidos muestran de manera inequívoca los efec-

tos poderosos y positivos de los programas de prevención y cesación del tabaquismo.

- ▶ Las leyes integrales de ambientes laborales libres de humo protegen el derecho de todas las personas a respirar aire limpio. En 2014 el Cirujano General de los Estados Unidos exigió “extender las protecciones integrales de ambientes libres de humo al 100% de la población estadounidense” e informó que “la legislación libre de humo en los niveles estatal y local es un componente clave en una estrategia integral de control del tabaco.”

Durante décadas la industria del tabaco ha dirigido sus agresivas campañas publicitarias hacia las mujeres y niñas a la vez que ha ocultado la verdad sobre el impacto del tabaco en la salud. Al explotar las aspiraciones y deseos de las mujeres y al insistir sobre la imagen corporal y las inseguridades percibidas, las compañías tabacaleras han llevado a la adicción a millones de mujeres y niñas con productos que las están matando. El marketing dirigido deliberadamente hacia ellas ha tenido un impacto destructivo sobre su salud. Ahora es necesario tomar acciones firmes para proteger la salud – y las vidas- de mujeres y niñas.

# NOTAS FINALES

## EN CIFRAS

**Tobacco and e-cigarette use by girls:** 2020 National Youth Tobacco Survey (NYTS) & U.S. Bureau of Census 2019 population data

**Tobacco use by women:** 2019 National Health Interview Survey (NHIS) & U.S. Bureau of Census 2019 population data; Wang, T, et al., "State-Specific Prevalence of Tobacco Product Use Among US Women, Tobacco Use Supplement to the Current Population Survey, 2018–2019," *Preventing Chronic Disease*, 18(36), April 2021.

**Smoking during pregnancy:** Births: Final Data for 2019, *National Vital Statistics Reports*, 70(2), National Center for Health Statistics, March 23, 2021.

**Menthol use among women:** Villanti, A., et al., "Changes in the prevalence and correlates of menthol cigarette use in the USA, 2004–2014," *Tobacco Control*, published online October 20, 2016.

**Tobacco-related deaths:** HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014.

**Life expectancy:** HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014.

**Secondhand smoke Exposure:** Brody, D, et al., "Secondhand Smoke Exposure Among Nonsmoking Adults: United States, 2015–2018," *National Center for Health Statistics* (No. 396), February 2021.

**Health Care Costs:** Xu, X et al., "Annual Healthcare Spending Attributable to Cigarette Smoking: An Update," *Am J Prev Med*, 2014, based on female proportion of annual smoking deaths. In 2010 dollars.

## NOTAS FINALES

1 SAMHSA. Center for Behavioral Health Statistics and Quality. National Survey on Drug Use and Health (NSDUH).

2 Wang, TW, et al., "E-cigarette Use Among Middle and High School Students – United States, 2020," *MMWR*, Volume 69, September 9, 2020.

3 Wang, TW, et al., "E-cigarette Use Among Middle and High School Students – United States, 2020," *MMWR*, Volume 69, September 9, 2020.

4 Barrington-Trimis, JL, et al., "E-Cigarettes and Future Cigarette Use," *Pediatrics*, 138(1), published online July 2016; Berry, KM, et al., "Association of Electronic Cigarette Use with Subsequent Initiation of Tobacco Cigarettes in US Youths," *JAMA Network Open*, 2(2), published online February 1, 2019; National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. 2018. Public health consequences of e-cigarettes. Washington, DC: The National Academies Press. <http://nationalacademies.org/hmd/Reports/2018/public-health-consequences-of-e-cigarettes.aspx>

5 Jackler, RK, Ramamurthi, D, "Nicotine arms race: JUUL and the high-nicotine product market" *Tobacco Control*, published online February 6, 2019.

6 HHS, *E-Cigarette Use Among Youth and Young Adults. A Report of the Surgeon General*. Atlanta, GA: 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, 2016.

7 HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014, <http://www.surgeongeneral.gov/library/reports/50-years-of-progress/>.

8 HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014

9 HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014.

10 Levy D., et al. School absenteeism among children living with smokers. *Pediatrics*. 2011 Oct;128(4):650-6.

11 HHS, *Women and Smoking: A Report of the Surgeon General*. Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/sgr\\_2001/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_2001/index.htm).

12 HHS, *A Report of the Surgeon General: Highlights Overview of Findings Regarding Reproductive Health*, 2010. [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/2010/highlight\\_sheets/pdfs/overview\\_reproductive.pdf](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2010/highlight_sheets/pdfs/overview_reproductive.pdf)

13 HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014; HHS, *Women and Smoking: A Report of the Surgeon General*, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/sgr\\_2001/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_2001/index.htm).

14 CDC, "Women and Smoking," 50th Anniversary, Surgeon General's Report on Smoking & Health, [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/50th-anniversary/pdfs/fs\\_women\\_smoking\\_508.pdf](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/50th-anniversary/pdfs/fs_women_smoking_508.pdf)

15 HHS, *The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General*, 2014. CDC, "Smoking and Reproduction," 50th Anniversary, Surgeon General's Report on Smoking & Health, [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/50th-anniversary/pdfs/fs\\_smoking\\_reproduction\\_508.pdf](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/50th-anniversary/pdfs/fs_smoking_reproduction_508.pdf)

16 HHS, *A Report of the Surgeon General: Highlights Overview of Findings Regarding Reproductive Health*, 2010 [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/2010/highlight\\_sheets/pdfs/overview\\_reproductive.pdf](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2010/highlight_sheets/pdfs/overview_reproductive.pdf).

# NOTAS FINALES CONTINUACIÓN

17 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014; CDC, "Smoking and Reproduction," 50th Anniversary, Surgeon General's Report on Smoking & Health.

18 HHS, A Report of the Surgeon General, How Tobacco Smoke Causes Disease: What It Means To You, 2010 [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/2010/consumer\\_booklet/index.htm](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2010/consumer_booklet/index.htm)

19 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014; CDC, "Smoking and Reproduction," 50th Anniversary, Surgeon General's Report on Smoking & Health

20 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014; HHS, The Health Consequences of Smoking: A Report of the Surgeon General, 2004.

21 On abnormal blood pressure in infants and children, see, e.g., Morley, R, et al., "Maternal Smoking and Blood Pressure in 7.5 to 8 Year Old Offspring," Archives of Disease in Childhood 72(2):120-24, February 1995; Blake, KV, et al., "Maternal Cigarette Smoking During Pregnancy, Low Birth Weight and Subsequent Blood Pressure in Early Childhood," Early Human Development 57:137-147, 2000. On childhood leukemia, see, e.g., Stjernfeldt, M, et al., "Maternal Smoking and Irradiation During Pregnancy as Risk Factors for Child Leukemia," Cancer Detection and Prevention 16(2):129-35, 1992. On congenital abnormalities, see, e.g., Kallen, K, "Maternal Smoking During Pregnancy and Limb Reduction Malformations in Sweden," AJPH 87(1):29-32, January 1997; Czeizel, AE, et al., "Smoking During Pregnancy and Congenital Limb Deficiency," BMJ 308(6942):1473-76, 1994; Drews, CD, et al., "The Relationship Between Idiopathic Mental Retardation and Maternal Smoking During Pregnancy," Pediatrics 97(4):547-53, April 1997. On colic, see Reijneveld, SA, et al., "Infantile Colic: Maternal Smoking As Potential Risk Factor," Archives of Disease in Childhood 83:302-303, October 2000. On wheezing and respiratory problems, see, e.g., Hu, FB, et al., "Prevalence of Asthma and Wheezing in Public Schoolchildren: Association with Maternal Smoking During Pregnancy," Annals of Allergy, Asthma, and Immunology 79(1):80-84, July 1997; Tager, IB, et al., "Maternal Smoking During Pregnancy: Effects on Lung Function During the First 18 Months of Life," American Journal of Respiratory and Critical Care Medicine 52(3):977-83, September 1995; Lux, AL, et al., "Wheeze Associated with Prenatal Tobacco Smoke Exposure: A Prospective, Longitudinal Study," Archives of Disease in Childhood 83:307-12, October 2000. On eye problems, see, e.g., Hakim, RB & Tielsch, JM, "Maternal Cigarette Smoking During Pregnancy: A Risk Factor for Childhood Strabismus," Archives of Ophthalmology 110(10):1459-62, October 1992. On impaired intellectual development, see, e.g., Frydman, M, "The Smoking Addiction of Pregnant Women and the Consequences on the Offspring's Intellectual Development," Journal of Environmental Pathology, Toxicology and Oncology 15(2-4):169-72, 1996; Olds, DL, et al., "Intellectual Impairment in Children of Women Who Smoke During Pregnancy," Pediatrics 93(2):221-27, 1994 [correction published in 93(6, Pt 1):973, June 1994]. On developmental and behavioral problems see, e.g., Milberger, S, et al., "Further Evidence of an Association Between Maternal Smoking During Pregnancy and Attention Deficit Hyperactivity Disorder: Findings from a High-Risk Sample of Siblings," Journal of Clinical Child Psychology 27(3):352-58, October 1998; Orlebeke, JF, et al., "Child Behavior Problems Increased By Maternal Smoking During Pregnancy," Archives of Environmental Health 54(1):15-19, 1999; Fergusson, DM & Horwood, LJ, "Prospective Childhood Predictors of Deviant Peer Affiliations in Adolescence," Journal of

Child Psychology and Psychiatry 40(4):581-92, May 1999; Orlebeke, JF, et al., "Increase in Child Behavior Problems Resulting From Maternal Smoking During Pregnancy," Archives of Environmental Health 52(4):317-21, 1997.

22 HHS, The Health Consequences of Smoking: What It Means To You, 2004 [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/2010/consumer\\_booklet/pdfs/consumer.pdf](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2010/consumer_booklet/pdfs/consumer.pdf)

23 CDC, "Births: Final Data for 2019," National Vital Statistics Reports Volume 70, Number 2, March 23, 2021, [https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr70/nvsr70-02-508.pdf?ACSTrackingID=USCDC\\_371-DM52902&ACSTrackingLabel=NVSR%2070%2C%20No.%20%202&deliveryName=USCDC\\_371-DM52902](https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr70/nvsr70-02-508.pdf?ACSTrackingID=USCDC_371-DM52902&ACSTrackingLabel=NVSR%2070%2C%20No.%20%202&deliveryName=USCDC_371-DM52902).

24 CDC, "Cigarette Smoking During Pregnancy: United States, 2016," NCHS Data Brief Np. 305, February 2018, <https://www.cdc.gov/nchs/data/databriefs/db305.pdf>.

25 HHS, The Health Consequences of Smoking: A Report of the Surgeon General, 2004; See also, HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

26 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

27 Espy DK, Jim MA, Cobb N, et al. Leading Causes of Death and All-Cause Mortality in American Indians and Alaska Natives. American Journal of Public Health, 2014;104(Suppl 3):S303–S311; Mowery PD, Dube SR, Thorne SL, et al. Disparities in Smoking-Related Mortality Among American Indians/Alaska Natives. American Journal of Preventive Medicine, 2015. See also: <https://www.cdc.gov/tobacco/disparities/american-indians/index.htm#:~:text=More%20American%20Indian%2FAlaska%20Native,%25%20of%20Asians%2FPacific%20Islanders>

28 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

29 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

30 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

31 Jimenez, Monik, et al., "Racial Variation in Stroke Risk Among Women by Stroke Risk Factors," Stroke, March 14, 2019.

32 HHS, Women and Smoking: A Report of the Surgeon General, Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/sgr\\_2001/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_2001/index.htm).

33 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

34 Brody, D, et al., "Secondhand Smoke Exposure Among Nonsmoking Adults: United States, 2015–2018," National Center for Health Statistics (No. 396), February 2021, <https://www.cdc.gov/nchs/data/databriefs/db396-H.pdf>.

35 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

36 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014; See also, HHS, Let's Make the Next Generation Tobacco-Free: Your Guide to the 50th Anniversary

Surgeon General's Report on Smoking and Health, 2014, <http://www.surgeongeneral.gov/library/reports/50-years-of-progress/consumer-guide.pdf>.

37 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.

# NOTAS FINALES CONTINUACIÓN

- 38 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 39 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 40 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 41 CDC, "People with Certain Medical Conditions," accessed October 21, 2020, <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/need-extra-precautions/people-with-medical-conditions.html>.
- 42 HHS, The Health Consequences of Smoking: A Report of the Surgeon General, 2004. See also, HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 43 CDC, "Vital Signs: Disparities in Tobacco-Related Cancer Incidence and Mortality—United States, 2004-2013," *Morbidity & Mortality Weekly Report*, 65(44): 1212-1218, <http://www.cdc.gov/mmwr/volumes/65/wr/mm6544a3.htm>.
- 44 US Mortality Public Use Data Tapes 1960-2003, US Mortality Volumes 1930-1959, National Center for Health Statistics, Centers for Disease Control and Prevention, 2006. See also, American Cancer Society, *Cancer Facts and Figures*, 2014, <http://www.cancer.org/acs/groups/content/@research/documents/webcontent/acspc-042151.pdf>.
- 45 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014; HHS, *Women and Smoking: A Report of the Surgeon General*, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/sgr\\_2001/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_2001/index.htm).
- 46 American Cancer Society, *Cancer Facts & Figures 2018*, <https://www.cancer.org/content/dam/cancer-org/research/cancer-facts-and-statistics/annual-cancer-facts-and-figures/2018/cancer-facts-and-figures-2018.pdf>.
- 47 American Cancer Society, "Cancer Facts & Figures for African Americans, 2019-2021," 2019, <https://www.cancer.org/content/dam/cancer-org/research/cancer-facts-and-statistics/cancer-facts-and-figures-for-african-americans/cancer-facts-and-figures-for-african-americans-2019-2021.pdf>.
- 48 HHS, The Health Consequences of Smoking: 50 Years of Progress. A Report of the Surgeon General. 2014. Thun, MJ, et al., "50-Year Trends in Smoking-Related Mortality in the United States," *New England Journal of Medicine* 368(4):351-64, January 24, 2013; Thun MJ, Heath, Jr., CW, "Changes in mortality from smoking in two American Cancer Society prospective studies since 1959," *Preventive Medicine* 26(4):422-6, 1997.
- 49 CDC, National Diabetes Statistics report, 2020. <https://www.cdc.gov/diabetes/pdfs/data/statistics/national-diabetes-statistics-report.pdf>
- 50 CDC National Vital Statistics Report, Vol. 68, No. 9. Table 10, 2019 [https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr68/nvsr68\\_09-508.pdf](https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr68/nvsr68_09-508.pdf); U.S. Department of Health and Human Services (HHS), The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014; Heron, Melanie, Deaths: Leading Causes for 2017, National Vital Statistics Reports, 2019; vol 68: no 6. [https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr68/nvsr68\\_06-508.pdf](https://www.cdc.gov/nchs/data/nvsr/nvsr68/nvsr68_06-508.pdf)
- 51 CDC, Smoking and Diabetes, <https://www.cdc.gov/tobacco/campaign/tips/diseases/diabetes.html>
- 52 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 53 Matthews, K. A., Xu, W., Gaglioti, A. H., Holt, J. B., Croft, J. B., Mack, D., & McGuire, L. C. (2018). Racial and ethnic estimates of Alzheimer's disease and related dementias in the United States (2015–2060) in adults aged ≥ 65 years. *Alzheimer's & Dementia*; Centers for Disease Control and Prevention (CDC). Alzheimer's Disease. 2021. <https://www.cdc.gov/dotw/alzheimers/index>; CDC, *Alzheimer's Disease and Related Dementia*, <https://www.cdc.gov/aging/aginginfo/alzheimers.htm#Who> Accessed 14 April 2021.
- 54 Park B, Park J, Jun JK, Choi KS, Suh M (2013) Gender Differences in the Association of Smoking and Drinking with the Development of Cognitive Impairment. *PLoS ONE* 8(10).
- 55 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 56 Suñer IJ, Cousins SW. The biology of smoking and age-related macular degeneration, *Rev Ophthalmol* 2006 13:87-90. <https://www.reviewofophthalmology.com/article/the-biology-of-smoking-and-amd>. See also: Khan, J C et al. "Smoking and age related macular degeneration: the number of pack years of cigarette smoking is a major determinant of risk for both geographic atrophy and choroidal neovascularisation." *The British Journal of Ophthalmology* vol. 90,1 (2006): 75-80.
- 57 The National Institutes of Health. Smoking and Bone Health. Bethesda, MD, NIH Osteoporosis and Related Bone Diseases ~ National Resource Center, 2018. <https://www.bones.nih.gov/sites/bones/files/pdfs/smokingbonehealth-508-12-18.pdf>
- 58 The National Institutes of Health. Smoking and Bone Health. Bethesda, MD, NIH Osteoporosis and Related Bone Diseases ~ National Resource Center, 2018. <https://www.bones.nih.gov/sites/bones/files/pdfs/smokingbonehealth-508-12-18.pdf>
- 59 Al-Bashaireh, A. M., Haddad, L. G., Weaver, M., Chengguo, X., Kelly, D. L., & Yoon, S. (2018). The Effect of Tobacco Smoking on Bone Mass: An Overview of Pathophysiologic Mechanisms. *Journal of osteoporosis*, 2018, 1206235. <https://doi.org/10.1155/2018/1206235>
- 60 Al-Bashaireh, A. M., Haddad, L. G., Weaver, M., Chengguo, X., Kelly, D. L., & Yoon, S. (2018). The Effect of Tobacco Smoking on Bone Mass: An Overview of Pathophysiologic Mechanisms. *Journal of osteoporosis*, 2018, 1206235. <https://doi.org/10.1155/2018/1206235>
- 61 Smith RL, Flaws JA, Gallicchio L. Does quitting smoking decrease the risk of midlife hot flashes? A longitudinal analysis. *Maturitas*. 2015;82(1):123-127.
- 62 Kumar, P., et al. Living under a cloud: Electronic cigarettes and the dental patient. *The Journal of the American Dental Association*, 151(3), 155-158, 2020. <https://jada.ada.org/action/showPdf?pii=S0002-8177%2820%2930004-0>
- 63 Yang, I., et al. The oral health impact of electronic cigarette use: a systematic review. *Critical Reviews in Toxicology*, 50(2), 97-127. 2020. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10408444.2020.1713726>

# NOTAS FINALES CONTINUACIÓN

- 64 Pushalkar, S., et al. Electronic Cigarette Aerosol Modulates the Oral Microbiome and Increases Risk of Infection. *Iscience*, 100884.2020; Ganesan, S. M, Adverse effects of electronic cigarettes on the disease-naïve oral microbiome. *Science Advances*, 6(22), eaaz0108. <https://advances.sciencemag.org/content/6/22/eaaz0108>
- 65 CDC, "Quitting Smoking Among Adults—United States, 2000-2015," *MMWR*, 65(52): 1457-1464, January 6, 2017, <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/65/wr/pdfs/mm6552a1.pdf>
- 66 HHS, Smoking Cessation. A Report of the Surgeon General, 2020.
- 67 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 68 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 69 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 70 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 71 HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014.
- 72 Smokefree.gov. "How Quitting Helps Women's Health." Accessed 6 April 2021. <https://women.smokefree.gov/quit-smoking-women/what-women-should-know/how-quitting-helpswomen>
- 73 The Health Consequences of Smoking: A Report of the Surgeon General, 2004
- 74 The Health Consequences of Smoking: A Report of the Surgeon General, 2004
- 75 Smokefree.gov. "How Quitting Helps Women's Health." Accessed 6 April 2021. <https://women.smokefree.gov/quit-smoking-women/what-women-should-know/how-quitting-helpswomen>
- 76 Tobacco and nicotine cessation during pregnancy. ACOG Committee Opinion No. 807. American College of Obstetricians and Gynecologists. *Obstet Gynecol* 2020;135:e221–9.
- 77 American Society of Clinical Oncology. Stopping Tobacco Use After a Cancer Diagnosis. Alexandria, VA: American Society of Clinical Oncology, 2019.
- 78 American Society of Clinical Oncology. Stopping Tobacco Use After a Cancer Diagnosis. Alexandria, VA: American Society of Clinical Oncology, 2019.
- 79 Bendrix, A, "Vintage ads show the hidden legacy of the Marlboro Man. The brand first became popular as a women's cigarette," *Business Insider*, February 20, 2020, <https://www.businessinsider.com/marlboro-man-cigarette-brand-history-vintage-ads-2020-2>.
- 80 U.S. Department of Health and Human Services (HHS), Women and Smoking: A Report of the Surgeon General, Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/index.htm).
- 81 Bendrix, A, "Vintage ads show the hidden legacy of the Marlboro Man. The brand first became popular as a women's cigarette," *Business Insider*, February 20, 2020, <https://www.businessinsider.com/marlboro-man-cigarette-brand-history-vintage-ads-2020-2>.
- 82 Substance Abuse and Mental Health Services Administration (SAMHSA), public online data analysis system (PDAS), National Survey on Drug Use and Health, Various Years, accessed April 22, 2021, <https://pdas.samhsa.gov/#/>.
- 83 U.S. Department of Health and Human Services (HHS), Women and Smoking: A Report of the Surgeon General, Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/index.htm).
- 84 HHS, Women and Smoking: A Report of the Surgeon General, Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/index.htm).
- 85 U.S. Department of Health and Human Services (HHS), Women and Smoking: A Report of the Surgeon General, Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/index.htm).
- 86 Pierce JP, Lee L, & Gilpin EA, "Smoking initiation by adolescent girls, 1944 through 1988: An association with targeted advertising," *Journal of the American Medical Association* 271(8), 1994.
- 87 Pierce JP, Lee L, & Gilpin EA, "Smoking initiation by adolescent girls, 1944 through 1988: An association with targeted advertising," *Journal of the American Medical Association* 271(8), 1994.
- 88 Philip Morris, Virginia Slims introduces the low tar cigarette made just for women, 1978 (PM 1005064182).
- 89 National Institutes of Health, Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine-Yields of Tar and Nicotine; Report of the NCI Expert Committee, National Cancer Institute, Smoking and Tobacco Control Monograph 13, October 2001.
- 90 National Institutes of Health, Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine-Yields of Tar and Nicotine; Report of the NCI Expert Committee, National Cancer Institute, Smoking and Tobacco Control Monograph 13, October 2001.
- 91 Stellman, SD, et al., "Risk of Squamous Cell Carcinoma and Adenocarcinoma of the Lung in Relation to Lifetime Filter Cigarette Smoking," *Cancer* 80(3):382-88, August 1997. See also, HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014, <http://www.surgeongeneral.gov/library/reports/50-years-of-progress/>.
- 92 Stellman, SD, et al., "Risk of Squamous Cell Carcinoma and Adenocarcinoma of the Lung in Relation to Lifetime Filter Cigarette Smoking," *Cancer* 80(3):382-88, August 1997. See also, HHS, The Health Consequences of Smoking—50 Years of Progress: A Report of the Surgeon General, 2014, <http://www.surgeongeneral.gov/library/reports/50-years-of-progress/>.
- 93 2003 Tobacco Use Special Supplement to the Current Population Survey (TUSCC-CPS). See also, Pilleri, JL, et al., "Smokers beliefs about light and ultralight cigarettes," *Tobacco Control* 10(Suppl):i17- i23, 2001.

# NOTAS FINALES CONTINUACIÓN

- 94 Giovino, G, et al., "Attitudes, Knowledge, and Beliefs About Low-yield Cigarettes Among Adolescents and Adults," in The FTC Cigarette Test Method for Determining Tar, Nicotine, and Carbon Monoxide Yields of U.S. Cigarettes; Report of the NCI Expert Committee, Smoking and Tobacco Control Monograph 7, National Institutes of Health, National Cancer Institute.
- 95 Tindle, HA, et al., "Cessation Among Smokers of 'Light Cigarettes': Results from the 2000 National Health Interview Survey," *American Journal of Public Health* 96(8): 1498-504, August 2006.
- 96 U.S. V. Philip Morris USA, Inc., et al., No. 99-CV-02496GK (U.S. Dist. Ct., D.C.), Final Opinion, August 17, 2006, <http://www.tobaccofreekids.org/reports/doj/FinalOpinion.pdf>.
- 97 Family Smoking Prevention and Tobacco Control Act, [http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/getdoc.cgi?dbname=111\\_cong\\_bills&docid=f:h1256enr.txt.pdf](http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/getdoc.cgi?dbname=111_cong_bills&docid=f:h1256enr.txt.pdf).
- 98 Pollack, J., "Virginia Slims Translates Theme For Many Cultures: Cigarette Brand's \$40 Mil Effort May Be Historic; Uses Multipage Magazine Inserts," *Ad Age*, September 13, 1999.
- 99 U.S. Department of Health and Human Services (HHS), Women and Smoking: A Report of the Surgeon General, Washington, DC: HHS, Public Health Service, Office of the Surgeon General, 2001, [http://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/index.htm).
- 100 Fairclough, G, "Philip Morris Removes Slogan From Ads In Second Attempt Responding To Critics," *Wall Street Journal*, June 12, 2000.
- 101 "From Joe Camel to Barbie Camel," *The Oregonian*, May 13, 2007.
- 102 CDC, "Hispanics/Latinos and Tobacco Use," accessed April 23, 2021. <https://www.cdc.gov/tobacco/disparities/hispanics-latinos/index.htm>
- 103 Landrine, H, et al., "Cigarette advertising in Black, Latino and White magazines, 1998-2002: An exploratory investigation," *Ethnic Disparities* 15(1):63-7, 2005.
- 104 Iglesias-Rios & Parascandola, "A Historical Review of R.J. Reynolds' Strategies for Marketing Tobacco to Hispanics in the United States," *Am J Pub Health*, 103(5): e15-27, 2013.
- 105 Substance Abuse and Mental Health Services Administration (SAMHSA), public online data analysis system (PDAS), National Survey on Drug Use and Health, Various Years, accessed April 22, 2021, <https://pdas.samhsa.gov/#/>.
- 106 HHS, E-Cigarette Use Among Youth and Young Adults. A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: HHS, U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC), National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2016.
- 107 CDC, "Tobacco Product Use and Associated Factors Among Middle and High School Students—United States, 2019," *MMWR* 68(12): December 6, 2019, <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/68/ss/pdfs/ss6812a1-H.pdf>.
- 108 "Gateway to Addiction? A Survey of Popular Electronic Cigarette Manufacturers and Marketing to Youth," April 14, 2014, <http://democrats.energycommerce.house.gov/sites/default/files/documents/Report-E-Cigarettes-Youth-Marketing-Gateway-To-Addiction-2014-4-14.pdf>. See also, Noel, JK, Rees, VW, & Connolly, GN, "Electronic cigarettes: a new 'tobacco' industry?" *Tobacco Control* 20:81, 2011.
- 109 Huang, J, et al., "Vaping versus Juuling: how the extraordinary growth and marketing of Juul transformed the US retail e-cigarette market," *Tobacco Control*, published online May 31, 2018.
- 110 PR Newswire, "Jenny McCarthy Pairs Up With blu eCigs In New Television And Web Advertising Campaign," August 1, 2013, <https://www.prnewswire.com/news-releases/jenny-mccarthy-pairs-up-with-blu-ecigs-in-new-television-and-web-advertising-campaign-217913901.html>.
- 111 Hair, EC, et al., "Examining perceptions about IQOS heated tobacco product: consumer studies in Japan and Switzerland," *Tobacco Control* doi: 10.1136/tobaccocontrol-2018-054322, published online first, May 15, 2018.
- 112 Examples of IQOS marketing in various countries described below are available at: [https://www.tobaccofreekids.org/assets/content/press\\_office/2019/IQOS-mktg.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/content/press_office/2019/IQOS-mktg.pdf).
- 113 Additional examples of IQOS marketing on social media are available at: <https://www.tobaccofreekids.org/media/2019/iqos-marketing>.
- 114 Campaign for Tobacco-Free Kids et al., Petition to the U.S. Federal Trade Commission, Request for Investigative and Enforcement Action to Stop Deceptive Advertising Online, August 24, 2018, [https://www.tobaccofreekids.org/assets/content/press\\_office/2018/2018\\_08\\_ftc\\_petition.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/content/press_office/2018/2018_08_ftc_petition.pdf).
- 115 Churchill, V, et al., "IQOS debut in the USA: Philip Morris International's heated tobacco device introduced in Atlanta, Georgia," *Tobacco Control*, Published Online First, February 5, 2020.
- 116 HHS, Smoking Cessation, A Report of the Surgeon General, Office on Smoking and Health, 2020, [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/sgr/2020-smoking-cessation/index.html#consumer-guide](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2020-smoking-cessation/index.html#consumer-guide)
- 117 FDA. Preliminary Scientific Evaluation of the Possible Public Health Effects of Menthol versus Nonmenthol Cigarettes (2013) <http://www.fda.gov/downloads/ScienceResearch/SpecialTopics/PeerReviewofScientificInformationandAssessments/UCM361598.pdf>; TPSAC, Menthol Cigarettes and Public Health: Review of the Scientific Evidence and Recommendations, July 21, 2011 <http://www.fda.gov/downloads/AdvisoryCommittees/CommitteesMeetingMaterials/TobaccoProductsScientificAdvisoryCommittee/UCM269697.pdf>
- 118 Villanti, A., et al., "Changes in the prevalence and correlates of menthol cigarette use in the USA, 2004–2014," *Tobacco Control*, published online October 20, 2016.
- 119 HHS, The Health Consequences of Smoking: 50 Years of Progress. A Report of the Surgeon General, 2014; U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC), Best Practices for Comprehensive Tobacco Control Programs, Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services (HHS), January 30, 2014.