



2017

Tabaquismo: ¿Negocio y forma de identidad cultural?

Caroline ZuHone
Butler University

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.butler.edu/ugtheses>



Part of the [Modern Languages Commons](#)

Recommended Citation

ZuHone, Caroline, "Tabaquismo: ¿Negocio y forma de identidad cultural?" (2017). *Undergraduate Honors Thesis Collection*. 376.

<https://digitalcommons.butler.edu/ugtheses/376>

This Thesis is brought to you for free and open access by the Undergraduate Scholarship at Digital Commons @ Butler University. It has been accepted for inclusion in Undergraduate Honors Thesis Collection by an authorized administrator of Digital Commons @ Butler University. For more information, please contact digitalscholarship@butler.edu.

BUTLER UNIVERSITY HONORS PROGRAM

Honors Thesis Certification

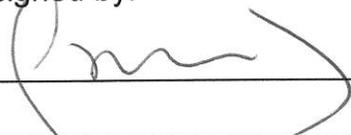
Please type all information in this section:

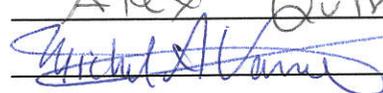
Applicant Caroline Genevieve Rom Zuttone
(Name as it is to appear on diploma)

Thesis title Tabaquismo: ¿Negocio y Forma de Identidad Cultural?

Intended date of commencement May 06, 2017

Read, approved, and signed by:

Thesis adviser(s)  4-28-17
Date

Reader(s) Alex Quintanilla 4-24-17
Date
 4-25-17
Date

Certified by _____ Date _____
Director, Honors Program

Tabaquismo: ¿Negocio y forma de identidad cultural?

A Thesis

Presented to the Department of Modern Languages

College of Arts and Sciences

and

The Honors Program

of

Butler University

In Partial Fulfillment

of the Requirements for Graduation Honors

Caroline Genevieve Roth ZuHone

April 24, 2017

ACKNOWLEDGEMENTS

The Butler University “Semester in Spain” program in Alcalá de Henares, Madrid allowed for observation of smoking and culture in Spain. Jordan Brewer and the American Cancer Society provided statistics about smoking and cancer. Those who supported this research include: Sra. Gala Kennedy, Alex Quintanilla and the Spanish Department. Dr. Gabriela Muniz, Butler University Modern Language Department, served as the faculty advisor and Dr. Michael Vance, Butler University College of Pharmacy and Health Sciences served as a source of information and faculty reader of the penultimate draft. Alex Quintanilla also served as a source of information and faculty reader of the penultimate draft. Dr. Jason Lantzer, Assistant Director, University Honors Program, also supported the research and construction of this thesis. Laura, Doug, and Mary ZuHone supported the research.

Tabla de contenidos:

- I. Introducción
 - a. Motivo
 - b. Preguntas
 - c. Descripción
- II. Los Medios
 - a. Los Estados Unidos
 - i. Marlboro
 - ii. Winston
 - iii. “Costo de Fumar”
 - b. España
 - i. “Adicciones”
 - ii. Red Injun
 - iii. Vanity Fair España
 - c. El Salvador
 - i. Cigarrería Morazan
 - d. La Sexualidad
 - i. Los hombres de Marlboro y Red Injun
 - ii. Sofía Vergara
 - e. Tabaco en comparación a alcohol
 - i. Una cultura de adictos
 - ii. Influencia en la adolescencia
- III. Leyes
 - a. Los Estados Unidos
 - i. Anuncios de los años setenta
 - ii. Ley de 1996
 - b. España
 - i. Anuncios a comienzos del siglo XXI
 - ii. Ley de 2011
 - c. El Salvador
 - i. Campañas en el 2011 – Anuncios y prohibición
- IV. Nivel de Educación y Desarrollo
 - a. Los Estados Unidos
 - i. Muchas personas asistir colegio
 - ii. Un país muy desarrollado
 - b. España
 - i. Un país desarrollado
 - c. El Salvador
 - i. Un país menos desarrollado
- V. La Cultura Hispana
 - a. La conexión entre El Salvador y España
- VI. Las Tabacaleras
 - a. Influencia
 - i. Control sobre países menos desarrollados
- VII. Conclusión

Abstracto:

España es un país con un nivel de desarrollo similar a los Estados Unidos, no obstante, a pesar de su inserción dentro de los países del primer mundo tiene un índice que no se corresponde con esta categoría, una gran parte de su población usa tabaco frecuentemente. Con la actualización de muchos trabajos científicos que explican los efectos negativos del tabaco y su difusión pública, en los Estados Unidos se ha logrado que muchas personas dejen de fumar. No ha sucedido lo mismo en España, allí muchos españoles siguen consumiendo tabaco desestimando la difusión de los mismos estudios científicos. El consumo de tabaco en el país europeo es comparable al de países en vías de desarrollo como El Salvador, lugares donde el fumar no es tan mal visto, ni está estigmatizado socialmente. En este trabajo se comparan sociedades de diferentes niveles de desarrollo (El Salvador, EE.UU, España) para entender el fenómeno del consumo de tabaco. En particular investigamos cuál es la influencia de las empresas tabacaleras en las leyes y la economía en países desarrollados en comparación a países que son menos desarrollados e intentamos identificar las causas del consumo de tabaco en los tres países mencionados teniendo en cuenta el nivel social y educativo.

Introducción

La industria del tabaco es una industria multimillonaria que a pesar de dar grandes dividendos está siendo cuestionada por los efectos que sus productos tienen sobre la salud de la población. De ahí que las empresas tabacaleras, como Philip Morris International, donen millones de dólares a la caridad para mantener una imagen positiva y ejercer su poder económico e influencia sobre los medios sociales y, muchas veces, lleguen a influir

en las leyes de un país. Los organismos gubernamentales deben luchar contra esta adicción. Según el centro para el control y prevención de enfermedades (CDC¹), el fumar causa casi 1 de cada 5 muertes solo entre los ciudadanos estadounidenses. Además, fumar causa más del 90% de todas las muertes de cáncer de pulmón. El tabaquismo es una causa principal de muchas otras enfermedades y su influencia en la tasa de mortalidad supera el índice de las muertes producto de la guerra, ha causado más muertes que las producidas en todas las guerras en combinadas que Estados Unidos ha luchado. Según la Sociedad Americana de Cáncer, este año en EEUU habrá aproximadamente 170.000 nuevos pacientes afectados por el cáncer en el sistema respiratorio o el cáncer oral van a ocurrir este año en EEUU (“Health Effects”, 2016). Ambos tipos de cáncer están relacionados con el tabaquismo. Un número alarmante que podría ser peor si no se dedicaran grandes esfuerzos en la prevención del tabaquismo.

En los países desarrollados se hacen continuas campañas antitabaco y tienen bastante éxito. Sin embargo, hay excepciones, por ejemplo, en un país desarrollado con buenos niveles educativos como España el consumo de tabaco sigue siendo muy popular. Esta paradoja me llevó a investigar los motivos de que tanta gente siga fumando en una de las mayores economías de la Unión Europea. Por otro lado, se sabe con cierto grado de certeza que países menos desarrollados de Latinoamérica, como El Salvador, son los más afectados por la adicción al tabaco de su población. Más de 1 de cada 3 salvadoreños han fumado cigarrillos y casi 3 de cada 4 fumadores salvadoreños iniciaron su consumo en la niñez y adolescencia (Müller, 2008). Estos primeros ejemplos muestran un comportamiento incomprensible en las políticas de salud en los diferentes países. Para

¹ CDC siglas en inglés por *Center for Disease Control*.

abordar este problema en este trabajo, se van a comparar regulaciones sobre adicciones entre países con diferentes niveles de desarrollo económico como son: España, El Salvador, y los Estados Unidos.

Un primer abordaje para entender el problema es estudiar la publicidad de la industria del tabaco en esos países y su efecto en los medios sociales para ver cuáles son las percepciones culturales de las sociedades sobre la salud y la adicción. Se trata de comprobar si la influencia mediática de la industria del tabaco, tiene mayor influencia en la cultura que las regulaciones gubernamentales y la difusión científica sobre el tema de la salud de la población en esos tres países. Abordar este tema es necesario para exponer las razones de que la gente joven siga fumando y buscar mayor eficacia en las medidas preventivas. Para explorar el problema nos plantearemos las siguientes preguntas:

¿Las empresas tabacaleras mercadean de en una manera diferente en países que son menos desarrollados o menos educados?

¿Hay más personas que fuman en países que son menos desarrollados?

¿Por qué un país desarrollado como España tiene alto índice de consumo de tabaco?

¿Los medios de comunicación tienen más influencia sobre el nivel de tabaquismo en un país que la divulgación en estudios científicos?

¿Cuál es la consecuencia del poder económico de la industria tabacalera en los diferentes países?

Medios de Comunicación

Los Estados Unidos

Si miramos anuncios de tabaco en la década de los cincuenta y sesenta en los Estados Unidos en comparación con los que se ven hoy, no es difícil entender por qué existe una diferencia muy grande en el consumo. En los años cincuenta y sesenta, tabaco era muy popular en Hollywood. Fumar era una acción glamorosa y por eso se producían anuncios como el del famoso hombre de Marlboro, el “Camel” y Pedro Picapiedra en los que se exaltaban elementos que incitaban a la aventura o relacionaban la acción de fumar con el erotismo o el poder. Esto no solo estimulaba el consumo entre la población adulta, sino que también ponía al tabaco en la mente de las personas jóvenes. En la descripción de los atractivos anuncios pueden verse las razones de la popularidad del tabaco en ese tiempo.

El hombre de Marlboro es un vaquero, es un paradigma de estos anuncios. Él es muy fuerte y apuesto. Es un hombre viril que durante sus hazañas consume los cigarrillos de Marlboro. El mensaje de este anuncio es que, si una persona quiere ser como este hombre, necesita fumar los cigarrillos de Marlboro. El anuncio va dirigido a la población en general, aunque surte mayor efecto en la gente joven que se encuentra en la etapa en la que está reforzando su identidad (Bigfoot, 2011). Más asombrosos son los anuncios que se servían de figuras del mundo infantil. Los Picapiedras eran un dibujo animado muy popular para niños. En 1961, había un anuncio en los Picapiedras donde Pedro compra un paquete de cigarrillos de Winston. Fred dice que Winston es el único tipo de cigarrillos que va a comprar (RetroGoop, 2010). No hay duda de que en los años sesenta, y en

algunos países incluso hasta los años ochenta, las compañías formaban a sus consumidores desde la infancia.

Desde entonces, los riesgos que el tabaco ocasiona en la salud de la población han sido constatados y las leyes sobre su consumo se han vuelto más estrictas. En los Estados Unidos se prohibieron los anuncios sobre tabaco a mediados de los años setenta. Si en la actualidad buscamos anuncios para fumadores, probablemente vamos a encontrar anuncios contrarios a su uso, los que se oponen al fumar como “El costo de fumar” creado por la administración de comida y drogas (FDA²). En este anuncio una persona joven quiere comprar cigarrillos, pero el costo de un paquete de cigarrillos es no solo algunos dólares. La publicidad muestra que ella también tiene que poner su propio cuerpo, ya que necesita pagar con su piel o sus dientes porque estas partes de su cuerpo son las que serán afectadas por el tabaquismo (“Real Cost Commercial”, 2014).

España

En 1969, había un anuncio en la televisión española para los cigarrillos de Red Injun que usaba temas muy similares a los anuncios de Marlboro. El hombre en el anuncio habla sobre los cigarrillos como un valor de la masculinidad. El hombre se muestra rodeado por un grupo de mujeres que lo admiran, es muy guapo y popular (PuppetShed, 2012). Si comparamos los anuncios de la década de los sesentas con anuncios más recientes, podemos ver grandes diferencias en cuanto a la forma que tratan el tema de salud. Ahora solo se permiten anuncios que mencionen los efectos adversos. Como ejemplo podemos citar el anuncio anti-tabaco “Adicciones” que compara la

² FDA siglas en inglés por Food and Drug Administration

cantidad de personas que mueren por tabaquismo con las muertes ocasionadas por otras drogas.

El Salvador

Por otro lado, en El Salvador la publicidad de cigarrillos se prolongó por más tiempo, todavía era frecuente que hubiese publicidad en los años ochenta. Una gran tabacalera en El Salvador, Cigarrería Morazan, produjo una campaña de anuncios al final de la década de los ochentas que incluía anuncios de radio y televisión. Los anuncios utilizaban canciones nuevas cada cuatro meses llamadas “Casino disco hits” con las que promovían sus cigarrillos. Estos anuncios fueron producidos casi dos décadas después de que los anuncios de tabaco hubieran sido prohibidos en los Estados Unidos (Cigarrería, 2017).

La sexualidad

La alusión al sexo en la publicidad es una herramienta frecuente para capturar la atención del consumidor y su adicción. Esto se ve claramente, tanto en los personajes creados en la publicidad de las tabacaleras, como en los utilizados en las publicidades que promueven bebidas alcohólicas. El hombre del Marlboro y el hombre de Red Injun son muy similares a los personajes caracterizados en los anuncios de compañías de cerveza. Por ejemplo, el hombre del anuncio de Dos Equis se presenta como el ser más interesante en el mundo (Bigfoot Journeys, 2008). Nuevamente el atractivo físico y las actividades seductoras son cualidades que se dirigen especialmente a captar el consumo de la población joven. Ambas industrias usan las mismas prácticas porque apuntan al mismo mercado potencial. Hombres que se muestran exitosos, y atrayentes son la imagen de sus

productos. Estos hombres son guapos, amables, y tienen muchas mujeres. Muchos anunciantes para vender sus cigarrillos incorporan la imagen femenina usando tácticas muy similares. Las mujeres en los anuncios son hermosas, glamorosas, sexis. Los hombres desean a estas mujeres y las mujeres quieren ser como ella. Por ejemplo, Sofía Vergara apareció en Vanity Fair España con un cigarrillo (Bedhead, 2012). Vergara es considerada un símbolo sexual que muchas mujeres pueden reconocer como modelo, de esta manera se correlaciona el tabaquismo con ser atractivo. Muchas veces, los medios de comunicación usan la sexualidad para vender su producto. La sexualidad es un símbolo de una vida exitosa, donde el consumidor puede comprar lo que desea. Los anuncios muestran que, si uno es capaz de consumir bienes, es más deseable. Si no puede comprar cosas, uno se convierte en una persona menos adorable (Berger, 2008).

El tabaco en comparación con el alcohol

De los ejemplos mencionados anteriormente se sigue que, tanto la industria de tabaco como la industria del alcohol, crean una cultura de adicción. Son negocios que estimulan la adicción y el consumo. Esto explica el ya mencionado comercial de Winston usando un dibujo animado famoso, los Picapiedras. Este anuncio se dirigía a la niñez y la adolescencia porque ellos serían sus futuros consumidores. Los niños que miraban a los Picapiedras y escuchaban a Fred hablar sobre cómo le gustaban los cigarrillos de Winston serían más propensos a comprar este producto cuando ellos alcanzaran la edad legal.

Muchas son las prácticas publicitarias que intentan convencernos en forma inadvertida. En el ambiente urbano se nos presentan cientos de anuncios, publicidades que vemos cada día. Los carteles publicitarios son muy efectivos pues no hay ningún otro

tipo de anuncio que veamos tan a menudo. Los vemos tanto que dejamos de notarlos. Muchos de estos anuncios suponen que los consumidores potenciales están descontentos con sus vidas, y ofrecen una solución para mejorarlas: si compran el producto van a ser más felices (Berger, 2008).

Los anuncios tienen un efecto muy grande en el número de personas que fuman y los movimientos contra el tabaco necesitan enfocarse en las tácticas que ellos utilizan para informar el público sobre los efectos negativos de tabaquismo y advertir sobre la influencia de la publicidad sobre la población. Estos anuncios se dirigen e influyen en los jóvenes para que ellos sean los fumadores del futuro. Las grandes tabacaleras están usando su influencia para acrecentar el número de futuros consumidores. Una mezcla de los medios de comunicación y el marketing fomentan la cultura de tabaquismo entre las personas jóvenes.

El papel de las leyes:

Los Estados Unidos

Los Estados Unidos empezó la prohibición de anuncios de tabaco en la televisión y la radio en 1970. Se determinó que el tabaquismo causaba efectos negativos para la salud y no debía ser anunciado en los medios, especialmente en horarios en los que los niños podían ser influenciados por estos anuncios (Aspa, n.d.). Estas medidas no fueron aplicadas en todos los países de la misma manera. España, un país muy similar a EEUU en su nivel de desarrollo, también tiene leyes equivalentes a las de Estados Unidos sobre fumar en público y sobre la prohibición de anuncios con tabaco en los medios de comunicación, pero estas leyes fueron aplicadas en una forma menos fuerte.

España

La diferencia entre ambos países es que las leyes en España han empezado a hacerse efectivas desde hace solo 10 años. Los anuncios de tabaco fueron prohibidos en España en 2005 después de un documento oficial del estado que declaraba que los anuncios para conseguir consumidores o promover el consumo de tabaco no podían difundirse. Más leyes fueron añadidas en 2011, estas incluyeron la prohibición de fumar en lugares públicos (“Anti-Tabaco Law”, 2012). Debido a este tardío accionar España no verá en el corto plazo los beneficios de estas leyes. Sin embargo, dentro de diez años es posible que se vean los frutos, y probablemente este país va a tener menos personas que fumen. De cumplirse estos pronósticos habrá menos personas con problemas de salud causados por tabaquismo como cáncer de los pulmones, COPD, bronquitis, etcétera.

Además, es importante también evitar la publicidad a favor del tabaco para proteger a “fumadores de segunda mano”, personas que no fuman pero tienen que estar cerca de personas que fuman. Según el CDC, 2.500.000 ciudadanos de los Estados Unidos han muerto de enfermedades causadas por fumar de segunda mano desde 1964 (SHS, 2016). Los Estados Unidos y España han adoptado leyes que vuelven ilegal la acción de fumar en lugares públicos. Cada estado tiene diferentes leyes, pero según a la Academia Nacional de Ciencias, el tabaco se convirtió en ilegal en todos los lugares públicos. Un primer ejemplo se dio en Connecticut que en 1974 fue el primer estado en prohibir fumar en restaurantes (“Background of Smoking Bans, 2010). Hay que mencionar que las leyes españolas sobre los lugares donde se permite consumir tabaco son menos estrictas.

El Salvador

En referencia al espacio publicitario se puede indicar que en El Salvador hay algunas restricciones sobre qué tipo de anuncios las empresas tabacaleras pueden usar. Al principio de este siglo, todavía había pocas prohibiciones en referencia tanto al tipo de anuncios posibles de ser emitidos en los medios de comunicación, como a la venta de tabaco a menores de edad sin restricción (*El Salvador*, n.d.).

En 2007, El Salvador prohíbe fumar en hospitales, transporte público, y edificios gubernamentales. En el país existe poca legislación y no se aplica bien. Fue uno de los únicos países en América Central que no rectificó el FCTC³. Tampoco se han tomado muchas medidas para concientizar a la población. No hay educación sobre la prevención de tabaquismo porque este tema parece ser de poco interés para el gobierno. (Griffith, 2008).

De los datos mencionados puede extraerse que la rigurosidad de las leyes sobre los anuncios de tabaco en los medios de comunicación en EEUU tuvo un efecto beneficioso en el combate de la adicción al tabaco. En referencia a los otros dos países estudiados se ve que la tardía implementación de leyes antitabaco todavía no tiene la misma efectividad y que va a ser necesario que pase más tiempo para ver el mismo efecto positivo que se ha observado en EEUU

³ FCTC siglas en inglés por convención marco sobre control del tabaco, un tratado de la Organización Mundial de la Salud

Nivel de educación y desarrollo:

Los Estados Unidos

Si nos remitimos a la figura 1 (ver anexo), podemos ver que los Estados Unidos es uno de los países más desarrollados en el mundo, tiene la mayor economía. La mayoría de sus habitantes completan la escuela secundaria y muchas personas tienen educación superior. El 30% de personas menores de 25 años se gradúa de la universidad. Las cifras muestran que el potencial de este país ha ido creciendo continuamente (“Back to School”, n.d.).

España

España tuvo un crecimiento abrupto cuando se sumó a la economía de la Unión Europea en 1985. El país había pasado por un momento muy represivo durante la dictadura de Franco hasta 1975. En 1960, España estaba menos industrializada que la mayoría de los países de la Europa occidental, y la tasa de desempleo al final del Franquismo era alta (Lieberman, 2006). Después de la muerte del dictador, una nueva España surgió lista para modernizarse y alcanzar los nuevos estándares mundiales. Algunas medidas que posibilitaron el cambio fueron que las mujeres pudieran trabajar otra vez, lo que significó un aumento en el ingreso familiar. Hoy el país es parte de la Unión Europea y su nivel de educación es muy similar al de los Estados Unidos.

El Salvador

En El Salvador, también se registraron mejorías después del final de la Guerra Civil en la década de los ochenta. Hubo una reforma social y económica y se amplió el

sistema educativo y hasta mejoró la situación de su moneda. Por todos estos indicadores, El Salvador debería haber logrado un mayor desarrollo y un mayor nivel de ingresos; sin embargo, el ingreso nacional per cápita ha dejado de crecer (Hausmann, 2005). Los niños de familias humildes no pueden asistir a la escuela porque sus familias necesitan su colaboración en la economía familiar, ya sea en la casa cuidando otros niños o en las granjas trabajando. En las ciudades pueden verse niños vendiendo cigarrillos en la calle (“El Salvador”, n.d.). El Salvador ha iniciado reformas en la escuela secundaria para aumentar el acceso a educación y mejorar la calidad de la educación. La realidad es más crítica en áreas rurales ya que la pobreza puede alcanzar al 50% de la población. En estas áreas, los niños empiezan trabajar cuando tienen 6 o 7 años. La población en El Salvador con un título universitario permanece en un solo dígito, 7% (“El Salvador Facts”, 2017).

Según los datos proporcionados, el consumo de tabaco disminuye cuando el nivel de desarrollo y educación aumenta. Puede observarse en El Salvador que la falta de desarrollo económico y educación en algunas zonas hace que muchas personas dependan de la industria de tabaco como una fuente de ingresos. Países en la situación de El Salvador pueden ser más fácilmente influenciados y manipulados por la industria de tabaco debido a su falta de recursos. Muchas veces se permite que las prácticas que han sido prohibidas en otros países puedan continuar vigentes.

La cultura hispana

Después de comparar las leyes, los medios de comunicación y el nivel de desarrollo económico y de educación entre EEUU, España, y El Salvador, la pregunta

permanece: Si el nivel de desarrollo y la educación es similar en EEUU y España, ¿por qué la tasa de tabaquismo es más alta en El Salvador y España?

Parece que la cultura hispana podría ser la respuesta a esta pregunta. Cuando los extranjeros visitan España, una de las primeras cosas que puede notar es la gran cantidad de personas que fuman. Según un artículo escrito por los expatriados que visitan España, este alto nivel de tabaquismo hace que España se vea como la última pieza del Este de Europa⁴ en el Oeste. Aunque se han implementado leyes para prohibir fumar en lugares públicos, los españoles son resistentes a las leyes. Los cigarrillos son baratos y todavía se pueden ver muchas personas fumando en bares y restaurantes. Muchos bares eligen permitir el consumo de los productos de tabaco, a pesar de que en 2009 la Ministra Española de Medio Ambiente prohibió fumar en todos los lugares públicos para adecuarse al resto de la Unión Europea (“Marlboro Man”, n.d.). La crisis económica fue difícil en España y muchas personas perdieron sus trabajos. La ansiedad por la desocupación, más la preocupación económica sobre la posibilidad de que si el tabaco fuese totalmente prohibido muchos pequeños negocios como los bares podrían sufrir, hacen que el tabaco siga consumiéndose en España. Los problemas económicos estimulan el consumo y desde el gobierno, se privilegia el crecimiento económico descuidando a la gran cantidad de personas que mueren cada año por tabaquismo.

⁴ Según a un artículo en el “Washington Post”, las tasas de tabaquismo más altas en el mundo ocurren en Europa del Este (ver anexo). Según la Fundación Mundial del Pulmón y la sociedad americana del cáncer, el promedio de cigarrillos consumidos por persona en los países de Europa Oriental es más de 2.000 cigarrillos cada año.

Las tabacaleras :

Influencia

Si nos remitimos a la figura 2 (ver Anexo), podemos ver que las grandes tabacaleras ganan más dinero en un año que la mayoría de los países pequeños y menos desarrollados en América Central, como El Salvador. Estas enormes compañías utilizan su poder económico para amenazar a países de bajos ingresos con demandas judiciales que estos países no son capaces de pagar o no están equipados para manejar. En Uruguay, las empresas tabacaleras utilizaron su poder para tratar de impedir las políticas anti-tabaco. Posiblemente las grandes tabacaleras utilizan sus abogados para demandar a los países pequeños y participar en litigios que podrían tomar muchos años, cuestan mucho dinero, y requieren un montón de recursos en forma continuada (Wilson, 2010). Para entender esto debemos indicar que, por ejemplo, Philip Morris Internacional gana aproximadamente veinte billones de dólares más de lo que es el producto nacional de El Salvador (Calantzopoulos, 2016). La diferencia entre los ingresos de Philip Morris y el producto nacional de El Salvador muestra que Philip Morris tiene más recursos que los países pequeños y en desarrollo y potencialmente puede tener el poder de influir en diferentes aspectos de la vida en estos países. De ahí que las grandes empresas internacionales como las compañías tabacaleras puedan influir en la política local a través de campañas en los medios de comunicación en países menos poderosos.

Si bien la situación de España es mucho mejor, es también cierto que sus políticas no terminan de desprenderse de las presiones de la industria tabacalera. En 2014, la Unión Europea adoptó un nuevo programa para regular la venta de productos de tabaco. Philip Morris Internacional comenzó una campaña de cabildeo que cuesta millones de

euros para socavar las políticas nuevas. Más de 200 miembros del parlamento fueron reclutados. Philip Morris Internacional tiene mucha influencia sobre la opinión en regulaciones de tabaco de los miembros del parlamento (“Influence of big Tobacco, 2015).

Una forma de influir en los gobiernos que tienen las tabacaleras es proporcionar incentivos a países que no se oponen a sus esfuerzos para disminuir restricciones en productos de tabaco. Según el atlas de tabaco Altria, una compañía de tabaco donó \$47.2 millones en 2013 a organizaciones benéficas. Estas donaciones crean un conflicto de intereses. Irónicamente, Altria ha donado \$2 millones a organizaciones de salud. Además estas empresas frecuentemente recompensan estados o grupos que cultivan el tabaco con donaciones. Por ejemplo, Altria donó más de \$4 millones a entidades caritativas en Virginia, un estado que cultiva mucho tabaco. También, estas donaciones estimulan el progreso de su sector económico, por ejemplo puede mencionarse la donación de Philip Morris Internacional en España para apoyar un programa de estímulo para cultivadores jóvenes. Las empresas tabacaleras tienen una larga historia de ejercer su influencia para promover sus propias agendas y hacer que sus empresas se vean mejor a los ojos de los consumidores y los legisladores. Esto está lejos de tener un fin solidario, ser buenos ciudadanos corporativos, más bien es un esfuerzo por lograr “inocencia por asociación”. Las donaciones son pequeñas en comparación a los ingresos de estas empresas, aproximadamente son solo un 1% de sus beneficios. (“Influence of big Tobacco”, 2015).

Aunque las tasas de tabaquismo están cayendo en los Estados Unidos y la Unión Europea, el porcentaje de personas en el mundo que fuman sigue creciendo. Esto es debido a la comercialización agresiva hacia los países en desarrollo. Dr. Bettcher, un líder

de la iniciativa antitabaquismo de WHO⁵, afirma que las empresas tabacaleras buscan a nuevos consumidores para sustituir a los que han dejado de fumar o mueren debido a los efectos peligrosos del tabaco (Wilson, 2010). Cuando países como los Estados Unidos regulan la publicidad prohibiendo anuncios de productos de tabaco en la televisión o la radio y no permitiendo que las empresas tabacaleras patrocinen eventos como conciertos que atraigan al público joven, las grandes tabacaleras llevan sus campañas publicitarias a países en los que pueden influir más fácilmente.

La industria del tabaco no sólo influye en el mercado, amenazan a países de bajos ingresos con demandas y comercializando sus productos a consumidores susceptibles, sino que también proporcionan fondos a organizaciones científicas. Estos fondos les permiten influir en los estudios científicos para que se escriban artículos que hablen sobre la investigación sobre efectos en la salud del uso de tabaco. Sin embargo, estas investigaciones son consultadas con los abogados de las tabacaleras que promueven los fondos para escribir los artículos científicos (Proctor 2011). Esto muestra que la influencia de estas empresas en el mundo académico y lugares de la investigación científica amenazan la capacidad de confiar en los artículos científicos. Según Proctor, “la industria no sólo corrompe la academia, la crea” (Proctor, 2011). Estas empresas pueden usar su riqueza como una fuente de influencia que les permite utilizar campañas agresivas y potencialmente investigación falsa para derrotar los esfuerzos que WHO está haciendo para que se disminuya o se termine el problema del tabaquismo en países en desarrollo. (WHO, 2000).

⁵ WHO siglas en inglés por Organización Mundial de la Salud

Las leyes en estos tres países con respecto a los medios de comunicación parecen haber tenido un efecto positivo en la reducción de tabaquismo, pero no parecen tener mucho efecto en las intenciones de las grandes tabacaleras. Estas compañías son tan grandes y ganan tanto dinero que a menudo, son capaces de utilizar el sistema judicial y usar donaciones y sobornos para avanzar en sus iniciativas comerciales.

Conclusión

Como podemos ver en los datos mostrados anteriormente, los niveles de tabaquismo son influenciados por varios factores. Los medios de comunicación y leyes en el país, sin duda, tienen una gran influencia en el número de fumadores. Las personas jóvenes son fácilmente influenciadas por los anuncios que muestran éxito personas ricas, guapas, y famosas, o su personaje favorito fumando. Afortunadamente las leyes que hacen más difícil o caro el fumar son efectivas y que disminuyen la cantidad de personas que fuman. Este factor es evidente en el mayor consumo español donde los cigarrillos cuesta menos dinero que en los Estados Unidos.

Otra variable que influye el grado de consumo es la cultura. Parece que la cultura hispana explica en parte por qué los niveles de tabaquismo son más elevados en España y El Salvador. La influencia de las grandes tabacaleras sobre países en desarrollo explica por qué El Salvador tiene más personas que fuman que en España.

Hay muchos factores que afectan las tasas de tabaquismo en los tres países y debido a esto es muy difícil determinar cuál es el factor más importante en el que concentrarse si se quieren reducir las tasas de tabaquismo. Para un país cuya economía se

base en la industria tabaco, es sumamente difícil que la población no fume. A menos que las nuevas industrias se desarrollen en las economías rurales de los países agrícolas, la gente no va a renunciar a tener fuentes de trabajo para reducir las tasas de tabaco. Si queremos ver menos fumadores en países pobres, la salud de los ciudadanos debe ser más importante que la cultura dominante, así como el impacto económico proporcionado por las empresas tabacaleras. Esto no es una realidad fácil de alcanzar. Las costumbres juegan un papel importante también, la tradición de fumar en España no es fácil de combatir.

Finalmente, la endeble economía es el mayor impediente. Cuando los países tienen problemas económicos es difícil combatir a los millones de dólares en donaciones y los incentivos financieros de empresas tabacaleras. Los más afectados en la lucha antitabaco son los países pequeños y con economías inestables que están siendo enterrados por demandas judiciales y honorarios legales. Dentro de esos países las poblaciones más vulnerables y sin recursos que son incentivadas a consumir tabaco.

Anexo:**Cuadra 1:**

El nivel de educación en los 3 países

País	Estudiantes en Escuela Secundaria	Estudiantes en la Universidad
Los Estados Unidos	88% en 2015	37%
España	84%	36%
El Salvador	12%	7%

Datos según a la Oficina de Estadísticas Laborales, el Departamento de Educación, la Oficina del Censo de los Estados Unidos y el Gobierno de Indiana.

En el gráfico, podemos comparar el número de estudiantes en cada nivel de educación en los tres países. Según a la Oficina del Censo de los Estados Unidos, los Estados Unidos tiene la mayor cantidad de estudiantes se gradúan de la Universidad. Esta estadística se correlaciona con el nivel superior de desarrollo económico y el nivel más bajo del tabaquismo entre El Salvador, España, y Los Estados Unidos (Ryan, 2016).

Estas estadísticas muestran que un nivel superior de desarrollo económico y educación pueden disminuir la cantidad de personas que son influenciadas a fumar. Según al CDC, 24.2% de personas sin un título fuman en comparación a 7.4% de personas con un título de la Universidad (“Health Effects”, 2016). Personas con más educación y mayores ingresos tienen menor probabilidades de comenzar a fumar que las personas en una clase económica más baja.

Cuadra 2:

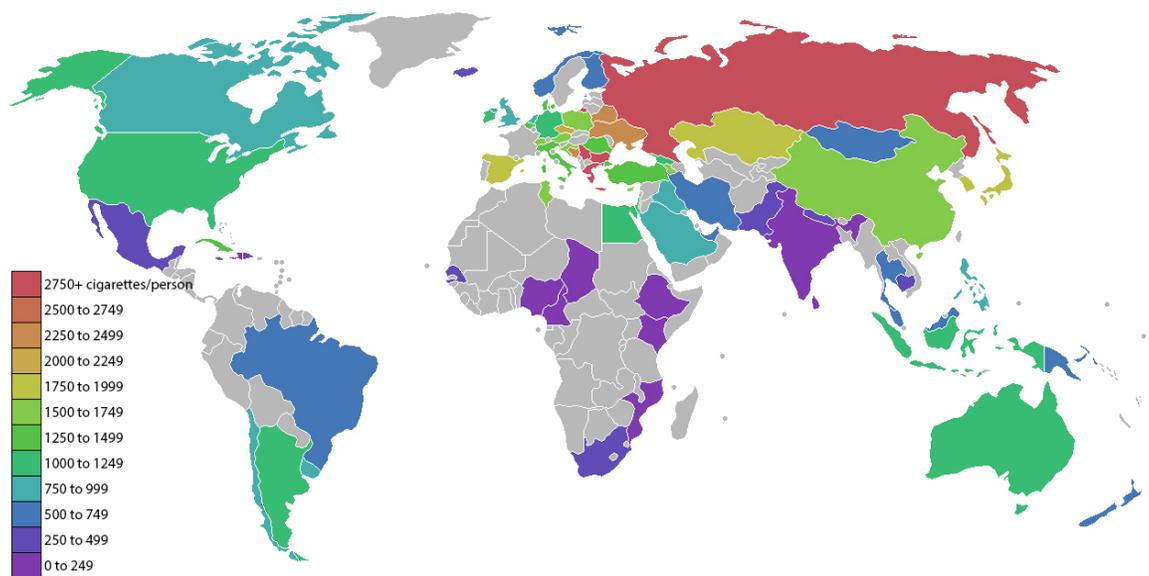
El Producto Nacional de los 3 países en comparación al informe anual de los grandes tabacaleras:

Country/Company	Spain	El Salvador	U.S.	Philip Morris International
GDP/Income	\$1.536 trillón USD en 2016	\$45.98 billón USD en 2016.	\$18.56 trillón USD en 2016	\$67.7 billón en ingresos en 2015.

Datos según economía en Wikipedia.org y Mic.com

En el gráfico, podemos ver que Philip Morris Internacional, una compañía tabacalera, tiene más ingresos en un año que en algunos países que son menos desarrollados. Es importante resaltar que la industria de tabaco tiene mayor control en el consumo de los países menos desarrollados esto es evidente en el hecho de que sigue incrementando sus ganancias cada año.

Figura 1:



Esta mapa es de “The Washington Post”.

Esta mapa muestra las tasas de tabaquismo en más de 70 países en todo el mundo. Nos vemos que hay más fumadores en España que en Los Estados Unidos. También, Europa Oriental tiene el nivel más alto de fumadores en el mundo.

LITERATURE CITED

"Addictions" Spanish TV Ad - Tobacco Free CA." YouTube. Tobacco Free CA, 24 Feb. 2014. Web. 14 Sept. 2016.

"Anti-Tobacco Law." *This is Spain*. This is Spain, 2012. Web. 25 Dec. 2016.
<http://thisisspain.info/advice/anti-tobacco-law>

Aspa. "Laws/Policies." *Tobacco Laws and Policies: Be Tobacco Free.gov*. U.S. Department of Health and Human Services. N.d. Web. 26 Dec. 2016.
<http://betobaccofree.hhs.gov/laws/>.

"The Background of Smoking Bans." *Secondhand Smoke Exposure and Cardiovascular Effects: Making Sense of the Evidence*. Washington D.C.: National Academy of Sciences, 2010. 109-24. *National Academies Press: OpenBook*. Web. 28 Feb. 2017. <https://www.nap.edu/read/12649/chapter/7#110>.

"Back to School Statistics." *Fast Facts*. U.S. Department of Education, n.d. Web. 10 Mar. 2017. <https://nces.ed.gov/fastfacts/display.asp?id=372>.

- Bedhead. "Sofia Vergara Smokes on the Cover of Spanish Vanity Fair: Hot or Bad Judgement?" *Celebitchy*. Celebitchy, 21 June 2012. Web. 09 Feb. 2017. http://www.celebitchy.com/235179/sofia_vergara_smokes_on_the_cover_of_spanish_vanity_fair_hot_or_bad_judgement/.
- Berger, John. "7: Publicity Images." *Ways of Seeing*. London: Penguin, 2008. 129-55. Print.
- Bigfoot Journeys. "World's Most Interesting Man's New Years Toast." Online video clip. YouTube. YouTube, 31 Dec. 2011. Web. 29 Jan. 2017. https://www.youtube.com/watch?v=l_9hrV1KIx4.
- Cabrera, Armadeo. "Veto Lifted on Tobacco Control Act." *CentralAmericaData.:The Regional Business Portal*. CentralAmericaData.com, 22 July 2011. Web. 07 Feb. 2017. http://www.centralamericadata.com/en/article/home/Veto_Lifted_on_Tobacco_Control_Act_1.
- Calantzopoulos, Andre, and Louis C. Camilleri. "Annual Report." *PMI.com Annual Report*. Philip Morris International Inc., 17 Feb. 2016. Web. 07 Jan. 2017. <http://investors.pmi.com/phoenix.zhtml?c=14676&p=irol-reportsannual>.
- "Cancer Facts and Figures 2017." (2017): n. page. *AmericanCancerSociety.org*. American Cancer Society, 2017. Web. 20 Mar. 2017. <http://www.cancer.org/content/dam/cancer-org/research/cancer-facts-and-statistics/annual-cancer-facts-and-figures/2017/cancer-facts-and-figure-2017.pdf>.
- "Cigarrerria Morazan. El Salvador: Casino Advertising Campaign." *Internet Archive*. Legacy Tobacco Documents Library, n.d. Web. 08 Feb. 2017. https://archive.org/details/tobacco_mqm02b00.
- "College Enrollmen and Work Activity of 2015 High School Graduates." *U.S. Bureau of Labor Statistics*. U.S. Bureau of Labor Statistics, 28 Apr. 2016. Web. 10 Mar. 2017. <https://www.bls.gov/news.release/hsgec.nr0.htm>.
- "Economy of El Salvador." *Wikipedia*. Wikimedia Foundation, 5 Feb. 2017. Web. 08 Feb. 2017. https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_El_Salvador.
- "Economy of Spain." *Wikipedia*. Wikimedia Foundation, 3 Feb. 2017. Web. 08 Feb. 2017. https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Spain.
- "Economy of the United States." *Wikipedia*. Wikimedia Foundation, 2 Feb. 2017. Web. 08 Feb. 2017. https://en.wikepida.org/wiki/Economy_of_the_United_States.

Edles, Laura Desfor. *Symbol and Ritual in the New Spain: The Transition to Democracy After Franco*. Cambridge: Cambridge UP, 1998. Print.

“El Salvador.” *Foreign Law Guide* (n.d.): 5-14. *El Salvador*. University of Michigan Press. Web. 11 Mar. 2017. <https://www.press.umich.edu/pdf/0472030981-ch1/pdf>.

El Salvador. Rep. WHO, n.d. Web. 29 Jan. 2017. http://www.who.int/tobacco/media/en/El_Salvador.pdf?ua=1.

“El Salvador Facts.” *Compassion – El Salvador*. Compassion International, 2017. Web. 11 Mar. 2017. <https://www.compassion.com/about/where/elsalvador.htm>.

Fisher, Max. “Who Smokes Most: A Surprising Map of Smoking Rates by Country.” *The Washington Post*. WP Company, 19 Oct. 2012. Web. 31 Mar. 2017. https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2012/10/19/who-smokes-most-a-surprising-map-of-smoking-rates-by-country/?utm_term=.05d06ff3c88a.

Glantz SA, Slade J, Bero LA et al. *The Cigarette Papers*, Berkeley, University of California Press, 1998 archives used in research of this book: <http://www.library.ucsf.edu/tobacco> accessed September, 15 2016

Griffith, Gillian “Global Map of Smokefree Policies.” *Global Smokefree Partnership* (2008): 1-84. *Global Smokefree Policies*. Tobacco Free Kids. Web. 28 Feb. 2017. <http://global.toaccofreekids.org/files/pdfs/en/GSP-GlobalMap-SmokeFreePolicies.pdf>.

Hausmann, Ricardo, et al. “Self-Discovery in a Development Strategy for El Salvador.” *Economía* 6.1 (2005): 41-101. *JSTOR*. Web. 28 Feb. 2017.

"Health Effects of Cigarette Smoking." Centers for Disease Control and Prevention. Centers for Disease Control and Prevention, 01 Dec. 2016. Web. 16 Sept. 2016.

“The Influence of big Tobacco.” *The Tobacco Atlas*. World Lung Foundation, 2015. Web. 29 Jan. 2017. <http://www.tobaccoatlas.org/topic/the-influence-of-big-tobacco/>.

Lieberman, Sima. *The Contemporary Spanish Economy: A Historical Perspective*. London: Routledge, 2006. Print.

“Marlboro Man on the Mediterranean – the Spanish Attitude to Smoking”. *Expat Focus*. Expat Focus, n.d. Web. 22 Mar 2017. <http://www.expatfocus.com/spanish-attitude-to-smoking>.

- Matthews, D. "Percent of Adults with PostSecondary Degree." (n.d.): 1-19. *In.gov*. IN Gov. Web. 12 Marc. 2017. <https://www.in.gov/che/files/DMatthews.pdf>.
- Müller, Fernando, and Louis Wehb. "Smoking Cessation in Latin America: A Review of the Current Situation and Available Treatments." *International Journal of COPD* 3.2 (2008): 285-93. Good Scholar. Web. 23 Feb. 2017.
- Proctor, RN. *Golden Holocaust*, Berkeley, University of California Press, 2011.
- "Protecting Children and Families from Tobacco: Leadership Training El Salvador." XVI Congreso Latinoamericano De Pediatría. La Asociación Latinoamericana De Pediatría-ALAPE, 14 Nov. 2012. Web. 13 Sept. 2016.
- PuppetShed. "Crazy Foreign Cigarette Commercial (1969)." *YouTube*. YouTube, 24 Aug. 2012. Web. 6 Feb. 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=nSrUyK0ZPPs>
- "Real Cost Commercial: "Your Teeth" - Menthol Version." YouTube. US Food and Drug Administration, 04 Feb. 2014. Web. 14 Sept. 2016.
- Rehn, Adrian. "6 Mega Corporations Control Almost the Entire Global Cigarette Industry." *Mic*. Mic Network Inc., 25 Oct. 2015. Web. 08 Feb. 2017. <https://mic.com/articles/81365/6-mega-corporations-control-almost-the-entire-global-cigarette-industry#.r6VzmWuVo>.
- RetroGoop. "FLINSTONES Cigarette Commercial 1961." *YouTube*. YouTube, 7 Mar. 2010. Web. 25 Dec. 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=bdHSIquSHMw>.
- Ryan, Camille, and Kurt Bauman. "Educational Attainment and Outcomes." (2016): 1-12 *Educational Attainment in the United States*:. United States Census Bureau, Mar. 2016. Web. 11 Mar. 2017. <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2016/demo/p20-578.pdf>.
- Saffer, Henry, and Frank Frank Chaloupka. "The Effect of Tobacco Advertising Bans on Tobacco Consumption." *Journal of Health Economics* 19.6 (2000): 1117-137. Web. 15 Sept. 2016.
- "Secondhand Smoke (SHS) Facts." *Centers for Disease Control and Prevention*. Centers for Disease Control and Prevention, 01 Dec. 2016. Web. 26 Dec. 2016. http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/fact_sheets/secondhand_smoke/general_facts/index.htm.
- "SPAIN." *The Numismatic Chronicle (1966-)* 158 (1998): 307-13. *Education at a Glance: Spain*. OECD, 2013. Web. https://www.oecd.org/edu/Spain_EAG2013%20Country%20Note.pdf.

Throwback. "Marlboro Cigarette Commercial." Online video clip. YouTube. YouTube, 3 Aug. 2009. Web. 29 Jan. 2017.

<https://www.youtube.com/watch?v=yQmpqvoEpws>.

"Tobacco Companies Accused of Intimidatory Practices." *Tobacco Companies Accused of Intimidatory Practices*. CentralAmericaData: The Regional Business Portal, 1 June 2012, Web. 07 Feb. 2017.

http://www.centralamericadata.com/en/article/home/Tobacco_companies_accused_of_intimidatory_practices.

"Tobacco Control Laws." El Salvador Details -. Campaign for Tobacco Free Kids, 21 July 2015. Web. 13 Sept. 2016.

"Tobacco Control Laws." Spain Details -. Campaign for Tobacco Free Kids, 21 July 2015. Web. 13 Sept. 2016.

Tobacco Industry Documents, Geneva, World Health Organization, 2000.

http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/83128/1/9789241597340_eng.pdf
accessed, September 15, 2016.

"United States GDP |1960-2017|." *United States GDP |1960-2017|*. Trading Economics, Jan. 2017. Web. 07 Jan. 2017. <http://www.tradingeconomics.com/united-states/gdp>.

USFoodandDrugAdmin. "The Real Cost Commercial: "Your Skin"" *YouTube*. US Food and Drug Administration, 04 Feb. 2014. Web. 25 Dec. 2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=ixMEEI0Zq9g>

Wilson, Duff. "Cigarette giants in a global fight on tighter rules." *NY Times*, November 13, 2010.

Yach, Derek, and Douglas Bettcher. "Globalisation of Tobacco Industry Influence and New Global Responses." *BMJ* 9.2 (2000): 206-16. Google Scholar. Web. 23 Feb. 2017.