

## Mujeres y Tabaco

### F U E N T E S Y S I T I O S W E B

Ley General del Control del Tabaco, México, 28 de agosto del 2008.

Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT), 21 de mayo del 2003.

Organización Mundial de la Salud, *Sifting the Evidence: Gender and Tobacco Control*, Ginebra, 2007.

Consejo Nacional contra las Adicciones.

Mathers DC & Loncar D, Projections of global mortality and burden of disease from 2002 to 2030. *Public Library of Science Medicine*, e442 doi:10.1371/journal.pmed.0030442

Eduardo Bianco, *Mujeres, industria tabacalera y marketing* y Karen Gutierrez. Examen global de las campañas contra el tabaquismo: La integralidad es la clave. En: *Revista Mujer Salud, Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe*, enero 2004.

www.who.int.es  
www.conadic.org.mx



#### Mortalidad evitable

El consumo de tabaco es la segunda causa de muerte a nivel mundial, ocasionando más de 5 millones de muertes al año según un estudio de Mathers y Roncar para la Organización Mundial de la Salud, en el 2006. Es a la vez, la principal causa de mortalidad evitable en todo el mundo. Este informe señala que podría matar prematuramente a 8,3 millones de personas para el año 2030 si las tendencias no son revertidas. Para entonces el porcentaje de muertes causadas por el tabaco será mayor que las causadas por VIH/SIDA, tuberculosis, mortalidad materna, accidentes automovilísticos, homicidios y suicidios en conjunto. Según las cifras del Consejo Nacional contra las Adicciones para el 2007, en México, el número de personas fumadoras se incrementó de 9 a 14 millones entre 1998 y 2002 y las enfermedades asociadas al tabaquismo matan a más de 530 mil personas cada año, es decir, 147 cada día. Estas defunciones representan el 10% de las muertes nacionales y la edad de inicio es cada vez menor. Adicionalmente, más de la tercera parte de los habitantes de México están expuestos al humo del tabaco y en la región centro del país, el porcentaje se acerca a la mitad.

#### Mercadotecnia para mujeres

El consumo de tabaco en las mujeres se ha incrementado en las últimas décadas tendiendo a ser igual o mayor que en los hombres. El consumo

**El consumo de tabaco en las mujeres se ha incrementado en las últimas décadas tendiendo a ser igual o mayor que en los hombres.**

de tabaco en todo el mundo es promovido y mantenido por la mercadotecnia sofisticada que incluyen campañas específicamente dedicadas a mujeres. En la década de los 20s las movilizaciones femeninas para lograr mayor igualdad social y cívica, coincidieron con el inicio de una agresiva expansión de la industria tabacalera específicamente dedicada a las mujeres con campañas publicitarias que relacionaban fumar con la libertad femenina, la emancipación y el empoderamiento. Desde entonces, nuevas marcas y una amplia variedad de imágenes que asocian los cigarrillos con estereotipos de mujeres independientes y glamour forman parte importante de la mercadotecnia de la industria tabacalera para reclutar más mujeres.

En el 2006, la Organización Mundial de la Salud indicaba que 250 millones de mujeres fumaban diario. La industria tabacalera incrementa anualmente la inversión en publicidad dirigida especialmente a la mujer joven y a los/las jóvenes y niños/as para transformarlos en nuevos fumadores.

#### Consecuencias para la salud de las mujeres

Las consecuencias para la salud de mujeres incluyen aquellas que son generales para fumadores de los dos sexos, así como también representan tendencias específicas. Se estima que en las próximas décadas, el cáncer del pulmón sobrepasará al cáncer de mama como primera causa de muerte por cáncer entre las mujeres, un hecho ya acertado desde el 1998 para Estados Unidos, según la Dirección General de Salud



### C O N T A C T O

GRUPO INTERAGENCIAL DE  
GÉNERO DEL SISTEMA DE LAS  
NACIONES UNIDAS EN MÉXICO  
mail: [gigmexico@cepal.org](mailto:gigmexico@cepal.org)  
[www.cinu.org.mx/gig](http://www.cinu.org.mx/gig)  
Tel. (52 55) 52639671