DÍA MUNDIAL SIN TABACO 2009

Importancia de las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos.

Los paquetes de cigarrillos son un recurso de marketing de la industria tabacalera

Las tabacaleras dependen del diseño de los paquetes de cigarrillos para lograr el reconocimiento de la marca y promover las ventas asociadas a la imagen publicitaria. El atado de cigarrillos presenta la imagen de la marca relacionada con el bienestar, la seducción, el glamour, la delgadez, la hombría, el estado atlético y la salud, entre muchos otros mensajes engañosos. Para el fumador, especialmente el fumador adolescente, el paquete del cigarrillo que fuma se convierte en una insignia que muestra cómo quiere que lo vean los demás.

Por esto, la regulación de los envases de cigarrillos es crítica para los esfuerzos sobre el control del tabaquismo. Las investigaciones demuestran que las advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos (aquellas que ocupan al menos el 50%, incluyen fotos, son rotativas y brindan apoyo para dejar de fumar) aumentan el conocimiento sobre los riesgos asociados con el consumo de tabaco y pueden influir desalentando el inicio del consumo y promoviendo el abandono. Las advertencias sanitarias en los atados de cigarrillos son entonces una manera directa que tienen los gobiernos de comunicarse con los consumidores para transmitir mensajes sobre los riesgos para la salud relacionados con el consumo de tabaco.

El Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (OMS) exige etiquetas eficaces de advertencia para la salud[i]

El Convenio Marco de la OMS para el Control de Tabaco (CMCT) es el primer tratado mundial de salud pública en el ámbito de la Organización Mundial de la Salud y establece un marco de políticas dirigidas a reducir el impacto devastador del tabaco sobre la salud y la economía. El Artículo 11 del CMCT exige que las partes del convenio implementen medidas eficaces para advertir contra el impacto nocivo del consumo de tabaco en todos los envoltorios de los productos, dentro de los tres años de ratificado el CMCT. La implementación de una política de etiquetado de advertencias ilustrativas no representa un costo financiero para los gobiernos ya que los costos son absorbidos por las empresas tabacaleras. El Artículo 11 del CMCT cubre tres áreas críticas: advertencias sanitarias, restricciones hacia la información engañosa y presentación de los constituyentes del cigarrillo.

Trabajos científicos muestran que la mayoría de los fumadores recibe información sobre los riesgos del consumo de tabaco para la salud a través de la televisión y de las advertencias sanitarias. Estas advertencias son una medida extremadamente costo-efectiva y que tiene un enorme alcance. Los fumadores que fuman un paquete por día se exponen a estas advertencias unas *7000 veces a lo largo del año*. Distintas encuestas muestran que los jóvenes y los niños también dicen haber visto estas advertencias.

Componentes de una advertencia sanitaria eficaz

Componente	Descripción	Impacto
Ubicación	Las advertencias deben aparecer en el frente y el dorso del paquete.	Si el mensaje se encuentra en una ubicación destacada, es mucho más probable que se lo tenga en cuenta.
Tamaño	Debe cubrir el 50% o más de las áreas de exhibición principal	Los mensajes grandes tienen más probabilidad de ser tenidos en cuenta. La eficacia del etiquetado aumenta con el tamaño. Las etiquetas grandes provocan respuestas emocionales y aumentan la motivación para dejar de fumar.
Ilustraciones	Las imágenes y/o pictogramas deben ilustrar los efectos negativos del consumo de tabaco.	Las fotografías y los gráficos fuertes ayudan más que las palabras a visualizar la naturaleza de una enfermedad causada por el consumo de tabaco. Es más probable que a una persona le llame más la atención una imagen y más probable que la recuerde al tomar la decisión de no fumar o de dejar de fumar. Las advertencias ilustrativas tienen más probabilidad de llegar a los niños y adolescentes, especialmente a los hijos de los fumadores, que son particularmente vulnerables. Las imágenes que provocan la asociación emocional desfavorable con el consumo de tabaco son más efectivas.
Color, fondo y fuente	Usa color completo. Contrasta los colores con el fondo y el texto.	Maximiza la visibilidad y la facilidad de compresión.
Rotación	Deben aparecer advertencias y mensajes múltiples para la salud en todos los productos de tabaco, en forma simultánea y con rotación periódica.	Previene la sobreexposición.
Texto	Identifica los riesgos resaltando los efectos nocivos y el impacto de la exposición al tabaco. Incluye la magnitud de los riesgos específicos. Proporciona vía de acceso a ayuda para dejar de fumar. Identifica la naturaleza adictiva del tabaco.	Los mensajes enfatizan sobre los efectos nocivos del tabaco y proporcionan importante información de salud que de otro modo no sería accesible. El texto junto con la imagen contribuye a que los mensajes sean creíbles y convincentes
Idioma	La advertencia debe estar escrita en el idioma principal del país.	Los mensajes escritos en todos los idiomas hablados en un país aseguran un mayor alcance.
Atribución de la fuente	La advertencia puede identificar una fuente (como por ejemplo el Ministerio de Salud).	Según la cultura, la atribución puede agregarle credibilidad al mensaje

Fuente: Adaptado de www.tobaccofreecenter.org

Aspectos más importantes a tener en cuenta:

El tamaño y la posición de las advertencias en los paquetes son fundamentales.

El tamaño y la posición de las advertencias son cruciales para su efectividad. Las advertencias de colores poco contrastados o que se sitúan en el costado de los paquetes tienen bajo impacto. Las que más se recuerdan son las advertencias grandes situadas en la parte anterior y posterior de los paquetes. Deben estar en ambas caras para evitar el ocultamiento de la advertencia en la exhibición y es mejor si se colocan en la parte superior de las caras.
Las advertencias deben renovarse periódicamente (cada dos años) para maximizar su impacto. La implementación de campañas sanitarias que coincidan con estas advertencias optimiza su efectividad.

Ejemplos de porcentaje del paquete ocupado por advertencia sanitaria por país.
Australia 60% (30% frente, 90% reverso)
Bélgica 56% (48% frente, 63% reverso)
Brunei 50% (50% frente, 50% reverso)
Egipto 50% (50% frente, 50% reverso)
Singapur 50% (50% frente, 50% reverso)
Tailandia 50% (50% frente, 50% reverso)
Uruguay 50% (50% frente, 50% reverso)
Brasil 50% (0% frente, 100% reverso)

Las advertencias que incluyen fotos son más efectivas

Las fotos llaman la atención y son más efectivas que las advertencias que sólo tienen texto. Se asocian también con mayor información y mayor motivación para dejar de fumar.
Las advertencias que incluyen fotos son todavía más efectivas entre los jóvenes. El 90% de los jóvenes canadienses, por ejemplo, dijo que las advertencias les enseñaron cosas nuevas sobre el consumo de cigarrillos y les hicieron sentir que fumar no es atractivo.
Las advertencias con fotos son también importantes para llegar a los fumadores que no saben leer o para aquellos países donde se hablan muchas lenguas.
Cuanto más graficas son las advertencias, más efectivas son. Las fotos que muestran cómo queda un pulmón con cáncer o un hombre sin piernas por efecto del consumo de tabaco son muy efectivas. Las advertencias sanitarias en Brasil, por ejemplo, son muy desagradables y fueron elegidas aplicando estudios de evaluación de la reacción emocional.

Las advertencias deben incluir algún tipo de apoyo para los fumadores

Para mejorar su efectividad, es importante que las advertencias sanitarias incluyan información sobre cómo y/o dónde dejar de fumar como por ejemplo un 0800 o una página web.

Países que firmaron el CMCT y tienen advertencias sanitarias en los paquetes de cigarrillos (al 2009):[ii]

- Europa
    - Bélgica
    - Reino Unido
    - Rumania
    - Kyrgyzstan
    -
- Américas

    - Canadá
    - Brasil
    - Chile
    - Uruguay
    - Venezuela
    - Panamá
- Oceanía
    - Australia
    - Nueva Zelanda
    - Islas Cook
- África
    - Egipto
    - Mauritius
- Asia
    - Singapur
    - Hong Kong
    - Tailandia
    - Taiwan
    - Malasia
    - India
    - Brunei
    - Jordania
    - Irán
    - Bangladesh

Algunas evaluaciones

En países como Canadá donde las advertencias sanitarias gráficas existen desde el año 2000, numerosos estudios han corroborado su utilidad en promover la cesación.[iii]

- El 84% de los fumadores de Canadá, donde se exigen advertencias ilustrativas, vio en las etiquetas de advertencia para la salud una fuente de información, comparado con el 47% de los fumadores estadounidenses, donde se exigen etiquetas que contienen solamente texto.[iv]
- Estudios focales realizados en USA muestran que los fumadores sugieren la necesidad de que las advertencias sanitarias en su país sean similares a las de Canadá incluyendo los gráficos. [v]
- Después de que Brasil introdujera advertencias ilustrativas nuevas en el año 2002, el 73% de los fumadores manifestaron su aprobación, el 54% dijo haber cambiado su opinión acerca de las consecuencias del consumo de tabaco sobre la salud, y el 67% dijo que las nuevas advertencias les provocaban ganas de dejar de fumar.
- Un estudio realizado en Australia antes y después de la implementación de advertencias sanitarias gráficas muestra que las mismas son vistas por los adolescentes y que aquellos que lo hacen tienen menos probabilidad de empezar a fumar que los que no. [vi]
- Un estudio que compara la reacción de los fumadores en Canadá (donde las advertencias son gráficas) y en México (donde las advertencias solo tienen texto) muestra que los canadienses tienen mayor conocimiento de los efectos adversos

del cigarrillo en la salud y que los mexicanos declaran querer recibir mas información de la que reciben en la actualidad. [vii]

Algunos ejemplos

Bélgica

Chile

Egipto

Brasil

Hong Kong

Referencias:

---

[i] http://www.paho.org/Spanish/DD/PUB/sa56r1.pdf

[ii] http://www.tobaccolabels.ca/

[iii] D Hammond, G T Fong, P W McDonald, R Cameron, K S Brown Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour Tobacco Control 2003;12:391–395

[iv] D Hammond, G T Fong, A McNeill, R Borland and K M Cummings. Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey Tobacco Control 2006;15(Suppl III):iii19–iii25

[v] **O'Hegarty M, Pederson LL, Yenokyan G, Nelson D, Wortley P.Young adults' perceptions of cigarette warning labels in the United States and Canada.**

Prev Chronic Dis. 2007 Apr;4(2):A27

[vi] White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours?Addiction. 2008 Sep;103(9):1562-71.

[vii] **Thrasher JF, Hammond D, Fong GT, Arillo-Santillán E.**

Smokers' reactions to cigarette package warnings with graphic imagery and with only text: a comparison between Mexico and Canada. Salud Publica Mex. 2007;49 Suppl 2:S233-40