

ARTÍCULO 11 DEL CMCT HOJA INFORMATIVA

ETIQUETADO DE EMISIONES Y COMPONENTES

Artículo 11.1(b): Que en todos los paquetes y envases de productos de tabaco y en todo empaquetado y etiquetado externos de los mismos figuren también advertencias sanitarias que describan los efectos nocivos del consumo de tabaco, y que puedan incluirse otros mensajes apropiados. Dichas advertencias y mensajes: i) serán aprobados por las autoridades nacionales competentes; ii) serán rotativos; iii) serán grandes, claros, visibles y legibles; iv) deberán ocupar el 50% o más de las superficies principales expuestas y en ningún caso menos del 30% de las superficies principales expuestas; v) podrán consistir en imágenes o pictogramas, o incluirlos.

¿POR QUÉ SON EFECTIVAS LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS IMPRESAS EN LAS CAJETILLAS?

Las advertencias sanitarias impresas en las cajetillas de cigarrillos son la fuente más importante de información sobre salud: son más los fumadores que reportan haberse informado de los riesgos del tabaquismo a partir de los señalamientos que aparecen en las cajetillas, en comparación con cualquier otro lugar, excepto la televisión.¹ Las advertencias sanitarias son intervenciones de salud pública con una relación costo-eficacia extraordinaria y un alcance notable. Las personas que consumen una cajetilla al día tienen la posibilidad de estar expuestas a las advertencias sanitarias más de 7 mil ocasiones al año. Las personas no fumadoras, incluidos niños y jóvenes, también reportaron alta exposición y consciencia de las advertencias sanitarias en las cajetillas.²



¿CÓMO PODEMOS INCREMENTAR EL IMPACTO DE LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS?

El tamaño y la posición de las advertencias sanitarias son cruciales para su eficacia. Advertencias sanitarias oscuras en un costado de la cajetilla tienen poco impacto. Se considera que advertencias de mayor tamaño ubicadas en la parte superior de la cara principal tienen más posibilidades de ser notadas y recordadas.^{3,4} La información sobre salud que se comunica debe actualizarse periódicamente para mantener su efectividad a lo largo del tiempo. Hay que actualizar las advertencias sanitarias cada dos años para obtener el máximo impacto.⁴ Vincular campañas de salud (como aquellas donde participan los medios de comunicación) con las advertencias sanitarias puede operar como mutuo reforzamiento.³

¿LAS ADVERTENCIAS CON IMÁGENES SON MÁS EFECTIVAS QUE LAS ADVERTENCIAS ESCRITAS?

Sí, las imágenes incrementan la importancia y lo vívido de la información sanitaria que se comunica, y los fumadores las clasifican consistentemente como más efectivas y atractivas que las advertencias que son puro texto.^{5,6,7} Las advertencias con imágenes están asociadas con mayor conocimiento sobre salud, percepción del riesgo, motivación a dejar de fumar y cambiar el comportamiento.^{1,3,8}

Parece ser que las advertencias con imágenes son especialmente efectivas entre los jóvenes: más de 90% de jóvenes canadienses estuvo de acuerdo en que las advertencias con imágenes que aparecen en las cajetillas canadienses les han dado información importante sobre los efectos que tiene sobre la salud fumar cigarrillos, son confiables y hacen que sea menos atractivo fumar.²

Las advertencias con imágenes están diseñadas para llegar a fumadores con bajos niveles de escolaridad y analfabetas, y para ayudar a reducir las disparidades en cuanto al conocimiento sobre salud. Las imágenes también son importantes en países donde es común que se hablen distintos idiomas.



¿RESULTAN EFECTIVAS IMÁGENES QUE MUESTRAN EFERMEDADES TERRIBLES?

Sí. Las imágenes que despiertan emociones mediante representaciones “gráficas” de los riesgos para la salud tienen mayores posibilidades de ser recordadas, mientras que las personas fumadoras las han calificado como efectivas.^{5,6,8} Las imágenes que no incluyen información cruda sobre riesgos dejan de comunicar honesta y directamente los efectos reales que el tabaquismo tiene para la salud. A la fecha no hay evidencia que las advertencias con imágenes se las asocie con resultados “adversos”, como incremento en el fumar o pérdida de credibilidad.

Información que dé apoyo “eficazmente”, esto es, que aliente y proporcione información específica sobre cómo dejar de fumar, debe acompañar las imágenes gráficas. Esto lo sugieren decididamente las teorías y la investigación hecha sobre comunicación efectiva de información referente a la salud.⁹

Las advertencias sanitarias que incluyen información sobre servicios de apoyo para dejar de fumar como un número 800 para “dejar de fumar” tienen un impacto significativo en el uso de estos servicios y representan un método asequible para promover dejar de fumar y apoyar el esfuerzo que hacen las personas fumadoras para cambiar.¹⁰

¿EL PÚBLICO APOYA ADVERTENCIAS SANITARIAS GRANDES?

Sí. Hay fuerte apoyo del público hacia las advertencias sanitarias, incluso entre las personas fumadoras. A más fumadores les gustaría ver más información sobre salud en las cajetillas de sus cigarrillos, incluso a los fumadores que viven en países donde las cajetillas de cigarrillos ya portan advertencias gráficas grandes, como en Canadá, Tailandia y Uruguay.^{11,12}



RESUMEN

- Advertencias gráficas grandes son una forma efectiva de comunicar información a las personas fumadoras sobre los riesgos para la salud.
- Las advertencias que combinan imágenes de enfermedades con información para apoyar el dejar de fumar son más efectivas.
- Las advertencias gráficas grandes son creíbles y reciben apoyo decidido de parte de las personas fumadoras y también las no fumadoras.

REFERENCES

- 1 Hammond D et al. 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.
- 2 Health Canada. The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages—Survey of adults and adult smoker: Wave 9 surveys. Prepared by Environics Research Group, Jan 2005.
- 3 Strahan EJ et al. Enhancing the effectiveness of tobacco package warning labels: a social psychological perspective. *Tobacco Control* 2002; 11(3):183-90.
- 4 Hammond D et al. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the ITC Four Country Survey. *American Journal of Preventive Medicine* 2007; 32 (3): 202–209.
- 5 Environics Research Group. Testing New Health Warning Messages for Cigarette packages: A Summary of Three Phases of Focus Group Research: Final Report. Prepared for Health Canada; 2000.
- 6 Elliott & Shanahan (E&S) Research. Developmental Research for New Australian Health Warnings on Tobacco Products Stage 2. Prepared for: The Australian Population Health Division, Department of Health and Ageing, Commonwealth of Australia; August 2003.
- 7 O’Hegarty M et al. Reactions of young adult smokers to warning labels on cigarette packages. *American Journal of Preventive Medicine* 2006;30(6):467-73.
- 8 Hammond D et al. The impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking. *Tobacco Control* 2003; 12:391-95.
- 9 Witte K, Allen M. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education and Behavior* 2000; 27: 591-615.
- 10 Willemsen MC et al. Impact of the new EU health warnings on the Dutch quit line. *Tobacco Control* 2002; 11:382.
- 11 Hammond D et al. Graphic cigarette package warning labels do not lead to adverse outcomes: Evidence from Canadian smokers. *American Journal of Public Health* 2004; 94 (8): 1442-45.
- 12 International Tobacco Control (ITC) Project: Findings from ITC Uruguay and ITC Thailand Surveys; 2007.

