

Etiquetas de advertencia sanitaria

Evidencia sobre advertencias pictoriales

Las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales brindan una oportunidad importante para comunicar los riesgos del uso de tabaco

- La industria tabacalera utiliza el paquete del tabaco como una oportunidad para la promoción.¹
- La mayoría de los fumadores no pueden recordar los efectos específicos en la salud asociados con el consumo de tabaco.²
- Incluso los fumadores que entienden los peligros del consumo de tabaco subestiman la gravedad de su impacto en la salud.³
- La mayoría de los fumadores perciben que los demás fumadores tienen un mayor riesgo que ellos mismos.⁴
- Los fumadores incluso son menos conscientes de los riesgos de la exposición al humo de tabaco ajeno para otras personas.⁵
- Comprender el riesgo y la gravedad del consumo de tabaco son factores importantes para motivar a los fumadores para que dejen de fumar.²

Los defensores de la salud pública ven al paquete de tabaco como una oportunidad para educar. Los fumadores que fuman un paquete de cigarrillos al día están expuestos a imágenes impresas en los paquetes al menos 20 veces al día (y 7,000 veces al año), cuando compran y usan los cigarrillos. Eso representa 20 oportunidades al día de dar mensajes antitabaco en momentos críticos: el punto de compra y el momento de fumar.⁶ El uso de imágenes pictoriales incrementa el impacto del mensaje de salud pública.

Las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales incrementan de forma efectiva el conocimiento sobre los peligros del uso del tabaco para la salud

Los fumadores manifiestan que reciben más información sobre los riesgos de fumar del paquete del producto de tabaco que de cualquier otra fuente, con excepción de la televisión.² A medida que más países introducen etiquetas de advertencia sanitaria más fuertes y evalúan su efectividad, la creciente evidencia demuestra que las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales tienen un mayor impacto que las de sólo texto, sobre la conciencia de los riesgos del uso de tabaco.

- Una revisión de 2011 de los mensajes de advertencia sanitaria en los productos de tabaco concluyó que las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales que provocan reacciones emocionales son significativamente más efectivas que las de sólo texto para incrementar el conocimiento de salud y la percepción de riesgo, promover la cesación del tabaco, y prevenir el inicio del consumo de tabaco.⁸
- Una revisión de 2015 de 37 estudios experimentales determinó que, en comparación con las advertencias de sólo texto, las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales:
 - Atrajeron y mantuvieron mejor la atención;
 - Provocaron reacciones cognitivas y emocionales más fuertes;
 - Generaron más actitudes negativas hacia los paquetes y el fumar;
 - Desalentaron de forma más efectiva el inicio del consumo de tabaco y aumentaron la intención para dejar de fumar.⁹
- Al evaluar el impacto del fortalecimiento de las advertencias en los paquetes de cigarrillos, una revisión de 2016 concluyó que la introducción de advertencias más fuertes—ya sea cambiando de sólo texto a pictoriales, y/o aumentando el tamaño—generó un mayor conocimiento y más llamadas a la línea de ayuda para dejar de fumar, y redujo la prevalencia del consumo de tabaco.⁹

“...si fumas, un paquete de cigarrillos es una de las pocas cosas que usas regularmente que habla de ti. Un paquete de cigarrillos es la única cosa que sacas de tu bolsillo 20 veces al día y que se muestra para que todo el mundo la vea.”⁷

-- documento de Brown & Williamson Tobacco Corp., 1985



(Bolivia, 2011)

Evidencia sobre advertencias pictoriales

Estudios en países individuales informan hallazgos similares acerca de la mayor efectividad de las etiquetas de advertencia pictoriales claramente visibles en comparación con las de sólo texto, en los paquetes de cigarrillos

Estudios poblacionales demostraron que el hecho de cambiar las advertencias de sólo texto por pictoriales mejoró significativamente la efectividad de las mismas.

- Después de que Canadá introdujera etiquetas de advertencia sanitaria grandes con imágenes pictoriales en 2000, el 91% de los fumadores encuestados manifestaron que habían leído las advertencias y pudieron demostrar un conocimiento cabal de los temas que se trataban en las advertencias. Los fumadores que habían leído y discutido las advertencias eran más propensos a haber dejado de fumar o haber intentado dejar de fumar después de tres meses.⁶
- Después del cambio de etiquetas sanitarias de sólo texto a pictoriales en Tailandia, los fumadores fueron casi dos veces más propensos que antes a observar las advertencias, leerlas detenidamente, y pensar en los riesgos relacionados a fumar.¹⁰
- Después de la implementación de etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales en Mauricio en 2009, los fumadores tuvieron casi cuatro veces más probabilidades de observar las advertencias, y casi tres veces más probabilidades de leer las advertencias detenidamente en comparación con las advertencias anteriores de sólo texto.¹¹

Las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales influyen sobre el inicio del consumo y motivan a los consumidores de tabaco a dejar de fumar

- Los estudios indican que las intenciones de dejar de fumar aumentan cuando se proporciona una línea de ayuda para dejar de fumar con la etiqueta pictorial:
 - Después que Australia introdujo etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales con información de la línea de ayuda para dejar de fumar en 2006, el índice de llamadas a la línea de ayuda se duplicó respecto de los dos años previos.¹²
 - Después que Nueva Zelanda introdujo etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales con información de la línea para dejar de fumar en 2008, aumentó el número de nuevas llamadas a la línea de ayuda.¹³
- Un estudio de fumadores adultos de Brasil, Uruguay y México determinó que los brasileños eran más propensos que los uruguayos o mexicanos a conocer y haber utilizado la asistencia telefónica para dejar de fumar. En Brasil, se publicó información de la línea de ayuda en las etiquetas de advertencia sanitaria y en campañas en los medios sobre tabaco, mientras que en México y Uruguay sólo se publicó en campañas en los medios de comunicación.¹⁴
- Un estudio sobre fumadores adultos de Estados Unidos y Canadá determinó que las representaciones más gráficas de las consecuencias a la salud generaron más temor y resultaron en intenciones más fuertes para dejar de fumar.¹⁵
- Después que Brasil introdujo nuevas etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales en 2002, el 67% de los fumadores dijeron que las nuevas advertencias hicieron que quieran dejar de fumar.¹⁶
 - Brasil introdujo una segunda ronda de etiquetas en 2004. En un estudio que evalúa ambas rondas, los investigadores determinaron que las imágenes más amenazantes y que generaban temor, aumentaron las intenciones de evitar fumar.¹⁷
- Después de la introducción de etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales en los cigarrillos en Taiwán en 2009, la prevalencia de pensar en los peligros para la salud del consumo de cigarrillos aumentó del 51% al 80% entre los fumadores, y del 69% al 94% entre los no fumadores. Además, la prevalencia de fumadores que piensan en dejar de fumar aumentó del 30% al 52%.¹⁸



(India, 2015)



(Brasil, 2009)

Evidencia sobre advertencias pictoriales

- Una investigación de seguimiento del estudio realizado en cuatro países reveló que las etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales de mayor tamaño (como se observa en Canadá y Australia) estaban relacionadas con más intentos para dejar de fumar en comparación con las de sólo texto (como se observa en Estados Unidos).¹⁹
- En un estudio que compara el impacto de las advertencias pequeñas de sólo texto de Malasia con las advertencias grandes y pictoriales de Tailandia, las advertencias tailandesas eran más propensas a promover conductas para dejar de fumar.²⁰
 - Un estudio adicional de Tailandia antes y después de la implementación de advertencias pictoriales determinó que los fumadores eran significativamente más propensos a pensar en dejar de fumar en respuesta a las advertencias pictoriales más grandes comparado con las previas de sólo texto.¹⁰
- Después de la implementación de advertencias sanitarias pictoriales en Mauricio, los fumadores tenían más del doble de posibilidades que antes de pensar en los riesgos para la salud relacionados con fumar o de pensar en dejar de fumar.¹¹



(República de Mauricio, 2009)

Mensajes claves

- **Las imágenes contrarrestan la publicidad de la industria tabacalera en los productos de tabaco, aumentan el conocimiento sobre los riesgos relacionados con el uso del tabaco, reducen las intenciones de fumar de los adolescentes, y motivan a los fumadores a dejar de fumar.**
- **Las etiquetas con advertencias sanitarias pictoriales tienen mayor impacto que las de sólo texto, y pueden ser reconocidas por personas con bajo nivel de alfabetización y los niños, dos grupos de población vulnerable.**
- **El Convenio Marco para el Control del Tabaco de la OMS obliga a las Partes a implementar etiquetas de advertencia sanitaria pictoriales grandes, claras y rotativas en todos los empaques de productos de tabaco dentro de los tres años a partir de la ratificación del tratado.**

Referencias

1. Ayanian JZ, Cleary PD. Perceived risks of heart disease and cancer among cigarette smokers. *JAMA*. 1999 Mar 17;281(11):1019-21.
2. 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 Jun;15 Suppl 3:iii19-25.
3. Hammond D et al. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*. 2007 Mar;32(3):202-9.
4. Hammond D. Tobacco labeling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Waterloo; 2008.
5. Environics Research Group. Assessment of perceived health risks due to smoking. Ottawa: Health Canada, Office of Tobacco Control; 1999.
6. Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tob Control*. 2003 Dec;12(4):391-5.
7. Sandefur T. Remarks of T.E. Sandefur Jr. Marketing background New York, 850723 (internal industry document.) Williamson B. 1985. Bates No. 532001934/1947 <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/poi24f00>
8. Hammond D. Health warning messages on tobacco products: a review. *Tobacco Control*. 2011 Sep;20(5):327-37.
9. Noar SM et al. Pictorial cigarette pack warnings: a meta-analysis of experimental studies. *Tob Control*. 2016;25:341-354.
10. Yong H et al. Adult smokers' reactions to pictorial health warning labels on cigarette packs in Thailand and moderating effects of type of cigarette smoked: Findings from the International Tobacco Control Southeast Asia survey. *Nicotine & Tobacco Research*. 2013 Aug;15(8):1339-1347.
11. Green AC et al. Investigating the effectiveness of pictorial health warnings in Mauritius: Findings from the ITC Mauritius Survey. *Nicotine & Tobacco Research*. 2014 Sep;16(9):1240-1247.
12. Miller CL et al. Impact on the Australian Quitline of new graphic cigarette pack warnings including the Quitline number. *Tobacco Control*. 2009 Feb 11.
13. Li J, Grigg M. New Zealand: new graphic warnings encourage registrations with the quitline. *Tobacco Control*. 2009 Feb;18(1):72.
14. Thrasher JF et al. Assessing the impact of cigarette package health warning labels: a cross-country comparison in Brazil, Uruguay, and Mexico. *Salud Pública de México*. 2010 June;52(2):S206-S15.
15. Kees J et al. Understanding How Graphic Pictorial Warnings Work on Cigarette Packaging. *Journal of Public Policy & Marketing*. 2010;29(2):265-76.
16. Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil: (2002).
17. Nascimento BE et al. Avoidance of smoking: the impact of warning labels in Brazil. *Tobacco Control*. 2008 Dec;17(6):405-9.
18. Chang F et al. The impact of graphic cigarette warning labels and smoke-free law on health awareness and thoughts of quitting in Taiwan. *Health Education Research*. 2011;26(2):179-191.
19. Borland R et al. How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC Four-Country survey. *Addiction*. 2009 Feb 10.
20. Fathelrahman Al et al. Stronger pack warnings predict quitting more than weaker ones: finding from the ITC Malaysia and Thailand surveys. *Tobacco Induced Diseases*. 2013;11(1):20-27.