

Empaquetado de tabaco neutro o estandarizado

Evidencia científica

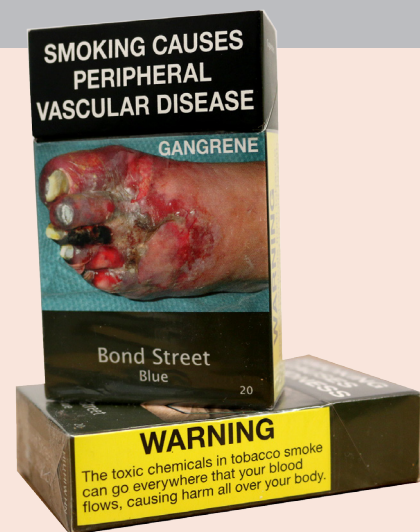
Las empresas tabacaleras dependen del diseño del paquete de tabaco como forma fundamental de comercialización. Las empresas explotan todos los elementos del empaquetado, incluida la construcción, el celofán exterior, la cinta desprendible, la estructura interior, los prospectos interiores y exteriores, la información de la marca, y el diseño de colores.¹

Como parte de un conjunto integral de medidas del control del tabaco para reducir los índices de consumo de tabaco, las leyes que establecen el empaquetado para los productos de tabaco neutro o estandarizado tienen la finalidad de reducir la atracción y el encanto de los productos de tabaco para los consumidores, incrementar la notoriedad y efectividad de las advertencias sanitarias, y reducir la habilidad del producto de tabaco y de su empaquetado para engañar a los consumidores sobre los daños del consumo de tabaco.

El Gobierno de Australia fue el primer país del mundo en introducir e implementar el empaquetado neutro para los productos de tabaco. Algunas investigaciones han comenzado a documentar el impacto temprano de la ley desde su implementación en diciembre de 2012.²

El empaquetado neutro disminuye la atracción de los productos de tabaco

- Durante el periodo de introducción gradual del empaquetado neutro, los fumadores de paquetes lisos en Victoria, Australia:
 - percibieron que sus cigarrillos eran de calidad inferior y menos atractivos comparados con los fumadores de paquetes de marca; y
 - dijeron ser más propensos a pensar en y a priorizar dejar de fumar, que los fumadores de paquetes de marca.³
- Un año después de la implementación del empaquetado neutro, más fumadores de cigarrillos de paquetes lisos en Australia sentían desagrado por su paquete y percibían menor atracción por el paquete, menor calidad de los cigarrillos, menor satisfacción, y menor valor.



El empaquetado de tabaco neutro o estandarizado

requiere que el empaquetado tenga un color y una textura neutral uniforme; requiere forma, tamaño y materiales estándares de los paquetes y prohíbe toda marca, logo u otros elementos promocionales sobre, dentro o adjunto al empaquetado o en productos individuales. Sólo el nombre de la marca, el nombre del producto, la cantidad del producto y los detalles de contacto pueden aparecer en el empaquetado, con un tamaño de fuente estándar, junto con otra información obligatoria tales como las advertencias sanitarias y las estampillas de impuestos.



Empaquetado de tabaco neutro o estandarizado

Evidencia científica

Los fumadores de paquetes neutros también estaban en desacuerdo con que las marcas diferían en prestigio.⁴

- La mayor parte de una muestra grande de adultos fumadores en New South Wales, Australia, reportó un aumento significativo de fuertes percepciones negativas sobre sus paquetes en los meses posteriores a la implementación del empaquetado neutro, incluyendo un significativo desacuerdo en que los paquetes fueran atractivos o estuvieran de moda, y que los paquetes influyeran en su elección de marca.⁵
- Entre los adolescentes australianos que habían visto paquetes en los seis meses anteriores, el atractivo de los paquetes y marcas de cigarrillos disminuyó significativamente luego de la introducción del empaquetado neutro:
 - En comparación con el periodo previo a la implementación, los adolescentes australianos también reportaron mayores niveles de incertidumbre respecto de si las marcas diferían en su facilidad para ser fumadas y un desacuerdo en que algunas marcas tuvieran paquetes más atractivos.⁶

El empaquetado neutro aumenta la notoriedad y efectividad de las advertencias sanitarias

- Un estudio nacional que evalúa las reacciones de los fumadores australianos ante las advertencias sanitarias en los paquetes neutros determinó que se enfocaban en las advertencias más grandes y que las notaban más que antes de la implementación de la política, y que las advertencias fomentaban pensamientos sobre los riesgos de fumar; una reacción que se relaciona con mayores intentos de abandono del tabaco.⁷
- Una encuesta nacional que evalúa las respuestas de los fumadores australianos un año después de la implementación determinó que más fumadores adultos notaban las advertencias sanitarias gráficas y atribuyeron su motivación para dejar de fumar a las advertencias, evitaban advertencias sanitarias específicas al comprar cigarrillos, y cubrían los paquetes, en comparación con fumadores antes de la implementación del empaquetado neutro.⁴
- Los fumadores de New South Wales, Australia, notaron más las advertencias sanitarias después de la introducción de los paquetes neutros y dijeron que las advertencias sanitarias estaban teniendo impacto:
 - Los fumadores eran más propensos a reportar pensamientos y preocupaciones para dejar de fumar, viendo sólo las advertencias en los paquetes y sintiendo que debían ocultar sus paquetes.
 - Los paquetes neutros también revirtieron una disminución por el transcurso del tiempo del impacto de las advertencias anteriores más pequeñas, y las respuestas de los fumadores resultaron comparables a las respuestas consideradas cuando las advertencias sanitarias aparecieron por primera vez en los paquetes.⁵
- Entre una muestra grande de fumadores adultos australianos:
 - El empaquetado neutro con advertencias sanitarias gráficas más grandes aumentó los índices a corto plazo de intentos de abandono, evitación de paquetes, fumadores que dejan de fumar por sí solos, e intentos de abandono durante el periodo de introducción gradual, como también mayores niveles de evitación de paquetes, apagado del cigarrillo de forma prematura, e intentos de abandono en el primer año de implementación.⁸
 - Menor atracción, mayor efectividad de las advertencias sanitarias gráficas, y mejor percepción del daño en respuesta a los paquetes neutros también predijeron cambios posteriores un mes después en cada uno de los pensamientos y las conductas relacionados con el abandono del tabaco.⁹
- Un estudio que compara los datos de una encuesta de adolescentes australianos de 2011 y 2013 determinó que si bien el conocimiento de los adolescentes sobre los riesgos para la salud que implica el consumo de cigarrillos permanece alto, las nuevas advertencias aumentaron significativamente su conciencia respecto de que fumar causa cáncer de vejiga.¹⁰

Empaquetado de tabaco neutro o estandarizado

Evidencia científica

El empaquetado neutro está teniendo efecto sobre actitudes y conductas de los fumadores

- Durante el periodo de introducción gradual del empaquetado neutro, los fumadores de paquetes lisos en Victoria, Australia, eran más propensos a apoyar la política de empaquetado liso del gobierno que los fumadores de paquetes de marca.³
- Un estudio observacional en franjas exteriores de cafés luego de la implementación del empaquetado neutro registró una baja del consumo de cigarrillos en estos lugares y una baja en la cantidad de paquetes que eran claramente visibles en las mesas. Una pequeña cantidad de fumadores también ocultó activamente sus paquetes.¹¹
- El estudio observacional de seguimiento un año más tarde mostró una reducción sostenida en el consumo de tabaco visible y la exhibición de paquetes en franjas exteriores de cafés. La reducción sostenida sugiere que el empaquetado neutro puede estar cambiando las normas sobre el consumo de tabaco en público.¹²



Mensajes claves

- Las empresas tabacaleras usan el empaquetado de tabaco como una forma fundamental de comercialización de sus productos.
- El empaquetado neutro o estandarizado reduce la atracción y el encanto de los productos de tabaco, e incrementa la notoriedad y efectividad de las advertencias sanitarias.
- Las Directrices de los Artículos 11 y 13 del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la OMS recomiendan que las Partes consideren la adopción de empaquetado neutro para eliminar la publicidad o promoción, incluidas las características de diseño que hacen que los productos sean atractivos.

1. Henriksen L. Comprehensive tobacco marketing restrictions: promotion, packaging, price and place. *Tobacco Control*. 2012; 21:147-153. 2. Cancer Council of Victoria. Facts sheet no. 1: What has been the impact of legislation to standardise the packaging of tobacco products in Australia? Oct 2015. Available from www.cancervic.org.au/downloads/plainfacts/Facts_sheets/Facts_Sheet_no_1_Impact_PP_Legis_Oct2015.pdf. 3. Wakefield MA, Hayes L, Durkin S, and Borland R. Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study. *BMJ Open*. 2013; 3(7). Available from www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23878174. 4. Wakefield M, Coomber K, Zacher M, Durkin S, Brennan E, et al. Australian adult smokers' responses to plain packaging with larger graphic health warnings 1 year after implementation: results from a national cross-sectional tracking survey. *Tobacco Control*. 2015; 24:ii17-ii26. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii17.full. 5. Dunlop SM, Dobbins T, Young JM, Perez D, and Currow DC. Impact of Australia's introduction of tobacco plain packs on adult smokers' pack-related perceptions and responses: results from a continuous tracking survey. *BMJ Open*. 2014; 4(12). Available from bmjopen.bmj.com/content/4/12/e005836.abstract. 6. White V, Williams T, and Wakefield M. Has the introduction of plain packaging with larger graphic health warnings changed adolescents' perceptions of cigarette packs and brands? *Tobacco Control*. 2015; 24:ii42-ii49. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii42.full. 7. Yong H-H, Borland R, Hammond D, Thrasher JF, Cummings KM, et al. Smokers' reactions to the new larger health warning labels on plain cigarette packs in Australia: findings from the ITC Australia project. *Tobacco Control*. 2015. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2015/02/19/tobaccocontrol-2014-051979.abstract. 8. Durkin S, Brennan E, Coomber K, Zacher M, Scollo M, et al. Short-term changes in quitting-related cognitions and behaviours after the implementation of plain packaging with larger health warnings: findings from a national cohort study with Australian adult smokers. *Tobacco Control*. 2015; 24:ii26-ii32. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii26.full. 9. Brennan E, Durkin S, Coomber K, Zacher M, Scollo M, et al. Are quitting-related cognitions and behaviours predicted by proximal responses to plain packaging with larger health warnings? Findings from a national cohort study with Australian adult smokers. *Tobacco Control*. 2015; 24:ii33-ii41. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii33.full. 10. White V, Williams T, Faulkner A, and Wakefield M. Do larger graphic health warnings on standardised cigarette packs increase adolescents' cognitive processing of consumer health information and beliefs about smoking-related harms? *Tobacco Control*. 2015; 24:ii50-ii57. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii50.full. 11. Zacher M, Bayly M, Brennan E, Dono J, Miller C, et al. Personal tobacco pack display before and after the introduction of plain packaging with larger pictorial health warnings in Australia: an observational study of outdoor cafe strips. *Addiction*. 2014; 109(4):653-662. Available from www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24428427. 12. Zacher M, Bayly M, Brennan E, Dono J, Miller C, et al. Personal pack display and active smoking at outdoor café strips: assessing the impact of plain packaging 1 year postimplementation. *Tobacco Control*. 2015; 24:ii94-ii97. Available from tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii94.full.