

Etiquetas de Advertencia Sanitaria Pictoriales

Rebatiendo los Argumentos de la Industria del Tabaco

Las Directrices para la implementación del Artículo 11 del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la OMS establecen, **“Habida cuenta de las pruebas existentes en el sentido de que la eficacia de las advertencias y mensajes aumenta con el tamaño de los mismos, las Partes deberían considerar la posibilidad de utilizar advertencias y mensajes que ocupen más del 50% de las superficies principales expuestas y deben proponerse que abarquen la mayor parte posible de dichas superficies”**.¹ Las compañías de tabaco se oponen a las etiquetas de advertencia sanitaria (EAS) pictoriales grandes porque las ven como una amenaza para sus negocios. A continuación se rebaten algunos argumentos comunes de la industria.

ARGUMENTO DE LA INDUSTRIA: *No hay evidencia suficiente de que las EAS pictoriales grandes funcionen. No han funcionado en países en donde se han implementado.*

RESPUESTA: Existe un sólido conjunto de evidencia científica que documenta el funcionamiento de las EAS pictoriales. Las EAS pictoriales aumentan el conocimiento sobre los riesgos de salud asociados con fumar tanto para los fumadores como para los no fumadores.² Las EAS pictoriales disuaden a la juventud de comenzar a fumar³ y hacen que los fumadores fumen menos cigarrillos, que eviten fumar frente a los niños y las mujeres embarazadas, y que fumen menos en el hogar.⁴ Las EAS pictoriales también pueden persuadir a los fumadores a dejar de fumar⁵ y pueden ayudar a prevenir la reincidencia.

Las EAS más grandes con pictogramas son significativamente más efectivas que las advertencias más pequeñas de solo-texto.⁷ Las EAS pictoriales tienen un mayor impacto que las advertencias de solo-texto entre diversos grupos raciales, étnicos y socioeconómicos.⁸ Los fumadores y los no fumadores por igual tiene más probabilidades de prestar atención y recordar las EAS más grandes y, por lo general, equiparan el tamaño de las advertencias con la magnitud del riesgo.⁷

Las EAS pictoriales han sido efectivas para reducir la prevalencia del uso de tabaco en Canadá, el primer país en introducir EAS pictoriales. Desde su introducción en 2001, las EAS pictoriales han logrado una disminución estadísticamente significativa en prevalencia del uso de tabaco en Canadá, incluso en el grupo crítico de los jóvenes.⁹

ARGUMENTO DE LA INDUSTRIA: *Las EAS grandes violan los acuerdos de comercio internacional y los tratados de inversión internacional al infringir los derechos de propiedad intelectual y al expropiar las marcas comerciales de las compañías de tabaco.*

RESPUESTA: La industria del tabaco tiene una larga historia de utilizar argumentos falsos sobre violaciones

de las obligaciones de propiedad intelectual y de los acuerdos de comercio internacional para evitar o retrasar políticas efectivas de control del tabaco.

La industria del tabaco ha manifestado tales argumentos acerca de las EAS grandes desde comienzos de la década de 1990. Por ejemplo, en 1994 Philip Morris advirtió a Sudáfrica que sus advertencias sanitarias propuestas en el 25% del frente y en el 50% del reverso de los paquetes de cigarrillo expropiarían su propiedad intelectual y violarían sus obligaciones legales internacionales.¹⁰ Las objeciones legales nunca se concretaron y Philip Morris ahora acepta la necesidad de EAS de hasta el 50% de los paquetes de cigarrillos. La industria del tabaco comunicó similares advertencias por propuestas de EAS aún más grandes en Nueva Zelanda,¹¹ Canadá¹² y Hong Kong¹³.

Después de décadas de advertencias sin medidas posteriores de acción, Philip Morris International (PMI) realizó un reclamo de mediación internacional contra el gobierno de Uruguay de acuerdo con un tratado de inversión bilateral, para objetar sus leyes de control del tabaco, incluido un requisito de EAS pictoriales del 80%. En julio de 2016, el tribunal convocado por el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones desechó el reclamo¹⁴ en los términos más firmes, confirmando que, según la legislación internacional, un titular de marca comercial no goza de un derecho absoluto de uso que sea libre de regulación.

A pesar de todos los argumentos expuestos por las compañías de tabaco sobre violaciones de acuerdos de comercio, nunca se ha presentado una disputa acerca de las EAS pictoriales grandes en la Organización Mundial del Comercio. Al menos 13 países han adoptado EAS pictoriales que cubren el 75% o más de las superficies principales expuestas del paquete.¹⁵

ARGUMENTO DE LA INDUSTRIA: *Imprimir EAS pictoriales grandes y requerir rotaciones de etiquetas de advertencia es muy costoso y difícil, y requiere un mayor tiempo para implementarlo que lo que el gobierno permite.*

Rebatiendo los Argumentos de la Industria del Tabaco

RESPUESTA: El empaquetado de tabaco es altamente sofisticado, con o sin EAS pictoriales. Debido a las restricciones de comercialización en aumento, las compañías de tabaco utilizan el empaquetado de tabaco para comercializar sus productos, utilizando innovaciones como paquetes de “edición limitada”, estampado, mellado, brillos, insertos, paquetes delgados, paquetes biselados o redondeados, hologramas, paquetes divididos y paquetes para “rascar y oler”. Las compañías de tabaco cambian y presentan nuevos paquetes de manera rutinaria. Cambiar este tipo de empaquetado es mucho más complejo y costoso que cambiar las EAS pictoriales.¹⁶

La tecnología requerida para imprimir advertencias en color es de amplio uso.¹⁶ Las compañías de tabaco adaptan su empaquetado de manera frecuente para promover productos y sabores nuevos. No es más difícil ni costoso agregar o rotar EAS pictoriales.¹⁷

ARGUMENTO DE LA INDUSTRIA: *Las campañas de educación pública son una mejor manera de informar sobre los peligros de fumar que las EAS pictoriales.*

RESPUESTA: La principal audiencia de las EAS pictoriales son las personas que usan tabaco. Las EAS pictoriales en los productos de tabaco son efectivas debido a que los paquetes de tabaco tienen alta visibilidad en esta audiencia: los fumadores las ven cada vez que compran un paquete. En los países en que la exhibición de productos de tabaco en los puntos de venta no está prohibida, las EAS pictoriales grandes también pueden exhibirse de manera prominente en los puntos de venta. Al ser vistas en los puntos de venta, las EAS pictoriales informan tanto a los usuarios como a los no usuarios de tabaco sobre los peligros del uso del tabaco, incluida a la juventud.

Los gobiernos deben desplegar un enfoque integral y multifacético para comunicar los peligros del uso de tabaco. La educación pública, las campañas en los medios de comunicación masivos y las EAS pictoriales, todos ocupan un lugar en un enfoque integral para comunicar los peligros del tabaco. Las campañas en los medios de comunicación masivos y las EAS destacadas en los paquetes funcionan más efectivamente de

manera conjunta que de manera individual para reducir los peligros del uso de tabaco.¹⁷

ARGUMENTO DE LA INDUSTRIA: *Tanto los fumadores como los no fumadores ya conocen los riesgos de fumar. De hecho, algunas personas sobreestiman los riesgos a la salud por fumar.*

RESPUESTA: Los fumadores tienen importantes carencias en su conocimiento sobre los riesgos de fumar. Los fumadores que notan las EAS pictoriales en los paquetes de cigarrillos tienen más posibilidades de estar conscientes sobre los riesgos de salud asociados, tales como cáncer de pulmón y enfermedades cardíacas.¹⁸ Los fumadores que viven en países con EAS pictoriales muestran una mayor consciencia sobre los riesgos de salud por fumar.¹⁹ Los fumadores también reportan que reciben una mayor información acerca de los riesgos de fumar a través del paquete de producto de tabaco que de otras fuentes excepto la televisión.²⁰ Esto es importante ya que una comprensión de los riesgos y de la gravedad de fumar son factores importantes para motivar a los fumadores a dejar de fumar.

Los niños que viven en países que requieren EAS más grandes y advertencias que incluyen una imagen gráfica persuasiva de los impactos negativos de fumar tienen más posibilidad de ser conscientes, y de comprender, los riesgos a la salud de los productos de tabaco.²⁰

ARGUMENTO DE LA INDUSTRIA: *Las EAS pictoriales provocan un aumento del mercado ilegal de tabaco y generan reducciones en los ingresos públicos.*

RESPUESTA: Las EAS pictoriales no aumentan la demanda de cigarrillos ilegales sino que reducen la demanda total de cigarrillos al aumentar el conocimiento de los riesgos a la salud asociados con fumar cigarrillos. El comercio ilegal es una función de oferta y demanda.²¹ Los gobiernos pueden reducir en gran medida la oferta de cigarrillos ilegales en el mercado manteniendo sistemas sólidos de administración de impuestos que incluyan monitoreo y ejecución.²²

(1) WHO Framework Convention on Tobacco Control, “Elaboration of Guidelines for Implementation of Article 11 of the Convention”, 2008, http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop3/FCTC_COP3_7-en.pdf. (2) Fong, G. et al. The impact of pictures on the effectiveness of tobacco warnings. *Bulletin of the World Health Organization*. 2009;87:640-643. doi: 10.2471/BLT.09.069575. (3) Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. *European Journal of Public Health*. 2009 Apr;19(2):212-7. (4) Levis D.M., Stone-Wiggins B., O’Hegarty M., Tong V.T., Polen K.N., Cassell C.H. Women’s perspectives on smoking and pregnancy and graphic warning labels. *Am. J. Health Behav*. 2014;38:755-764. doi: 10.5993/AJHB.38.5.13. (5) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tob Control* 2003; 12:391-5. (6) Partos, T.R., Borland, R. et al. “Cigarette packet warning labels can prevent relapse: findings from the International Tobacco Control 4-Country policy evaluation cohort study”, *Tobacco Control* 2013;22:e43-e50 doi:10.1136/tobaccocontrol-2011-050254. (7) Hammond, D., “Health warning messages on tobacco products: a review”, *Tobacco Control*. 2011 Sep; 20 (5): 327-37. (8) Cantrell, J, Vallone, D.M et al, “Impact of Tobacco-Related Health Warning Labels across Socioeconomic, Race and Ethnic Groups: Results from a Randomized Web-Based Experiment” *PLoS ONE* 2013, 8(11):e52206. (9) Azagba, S., Sharaf, M.F., “The effect of graphic cigarette warning labels on smoking behavior: evidence from the Canadian experience.” *Nicotine Tob Res*. 2013 Mar; 15 (3): 708-17. Epub 2012 Sep 18. Erratum in *Nicotine Tob Res*. 2013 May; 15 (5): 1000-2; Health Canada and the Public Health Agency of Canada, “Federal Tobacco Control Strategy 2001-2011, Horizontal Evaluation”, June 2012. (10) The Tobacco Institute of Southern Africa, “Submission in respect of Tobacco Products Control Amendment Bill”, September 29, 1998, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/lcd73a99/pdf>, accessed 11 February 2014; see also: Philip Morris International, draft letter to Director-General, National Health and Population Development, August 23, 1994, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/xot45c00>. (11) Tobacco Institute of New Zealand Limited, Submissions to Ministry of Health, December 1997, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/qee51a99>. (12) Canadian Tobacco Manufacturer’s Council, Brief in Response to Health Canada’s Proposals for Tobacco Act Regulations, March 12, 1999, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/pqh62c00>. (13) Tobacco Institute of Hong Kong Limited, Letter to Secretary for Health and Welfare, March 14, 1996, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/dpj44a99>; see also <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/zza55d00>. (14) The award and pleadings from the case are available here: <http://www.italaw.com/cases/460>. (15) International Legal Consortium, Tobacco Free Kids. Legislation by Country. Available from: <http://www.tobaccocontrol.org/legislation/>. (16) Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Waterloo; 2008. (17) World Health Organization (WHO). *WHO Report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package*. Geneva. Available from: http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf. (18) Borland R, Hill D. Initial impact of the new Australian tobacco health warnings on knowledge and beliefs. *Tobacco Control* 1997; 6: 317-25. (19) Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM, 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:ii19-25. (20) Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available from: [http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20\(Hammond%202008\).pdf](http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20(Hammond%202008).pdf). (21) Joossens L, Raw M From cigarette smuggling to illicit tobacco trade *Tobacco Control* 2012;21:230-234. (22) WHO. *Technical Manual on Tobacco Tax Administration*. 2010. Available from: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44316/1/9789241563994_eng.pdf.