



Por el control del cancer

HOJAS INFORMATIVAS

ADVERTENCIAS SANITARIAS COMPLETAS - Vigencia 2012 - 2013

Para los productos de tabaco en Colombia

Con el fin de darle cumplimiento a la Ley 1335 de 2009, por tercer periodo consecutivo Colombia cuenta con una serie de advertencias sanitarias completas (texto más pictograma) en los empaques de los productos de tabaco, las cuales informan sobre los riesgos que conlleva su consumo. Estas advertencias circularán durante un año a partir del 21 de julio de 2012 en todos los empaques de los productos de tabaco que se producen, importan y comercializan en el territorio colombiano y ocupan el 30% de cada una de las caras de los empaques de estos productos.

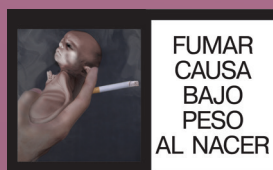
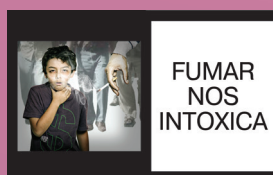
Los temas seleccionados para esta nueva serie de advertencias son:

1. Toxicidad del humo
2. Hipertensión
3. Infarto agudo al miocardio
4. Problemas pulmonares
5. Cáncer de laringe
6. Bajo peso al nacer

La selección de estos temas no es aleatoria, por el contrario, obedece a los resultados de investigaciones en las que se evalúan, el impacto y la activación emocional de las advertencias previas así como conocimientos, actitudes y prácticas respecto al consumo del cigarrillo ⁽¹⁾ ⁽²⁾ ⁽³⁾.

Imágenes contundentes

Las advertencias sanitarias tienen un grupo objetivo primario muy bien definido: los fumadores. Por esta razón, y porque la evidencia científica así lo demuestra, se utilizan textos e imágenes contundentes que muestran las consecuencias que trae el consumo de este tipo de productos y que motivan la cesación ⁽⁴⁾.



AUTORES

Alejandro Niño Bogoya*
Diana Esperanza Rivera Rodríguez**

Instituto Nacional de Cancerología ESE

Subdirección de Investigaciones,
Vigilancia Epidemiológica,
Promoción y Prevención
Grupo Políticas y Movilización Social

HOJAS INFORMATIVAS

Año 2 - Número 2
Bogotá D.C., Junio de 2012

COMITÉ EDITORIAL

Diana Esperanza Rivera Rodríguez
Alejandro Niño Bogoya
Marion Piñeros Petersen

COORDINACIÓN EDITORIAL

Diana Esperanza Rivera Rodríguez

*Profesional Especializado Grupo Políticas y Movilización Social. Instituto Nacional de Cancerología.

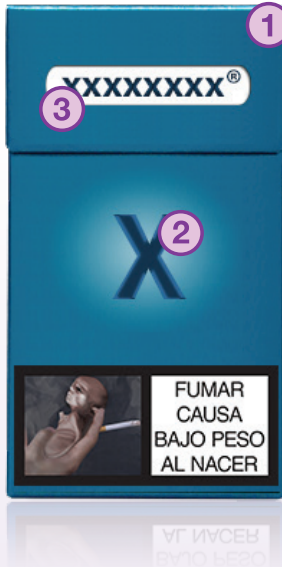
anino@cancer.gov.co

**Coordinadora Grupo Políticas y Movilización Social. Instituto Nacional de Cancerología.

drivera@cancer.gov.co

LOS EMPAQUES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN VISUAL

Las cajetillas de los productos de tabaco, son un importante medio de comunicación y publicidad ya que a través de ellas se genera reconocimiento y posicionamiento de marca, y por ende, aumento en las ventas. Es a través de estos empaques como se constituye la imagen de marca que intenta romper la relación entre el acto de fumar con el daño que ocasiona el consumo del tabaco. Es así como la industria promueve el consumo de sus productos apelando a ideas de bienestar, glamour, delgadez y hombría entre otras. Para los fumadores y especialmente para los adolescentes, estos empaques representan una imagen de cómo quieren que los demás los vean. (5)



El **empaquete** comunica MARCA Y VARIEDAD desde tres niveles:

1. Cromático (Color o colores de la marca)
2. Isotipo (Parte icónica que identifica a la marca)
3. Logotipo (Palabra que acompaña al isotipo en la marca)

Los tres niveles funcionan como SIGNO (Síntesis) conformando una armonía visual e identificatoria.

El **empaquete** es la promesa consolidada de la marca en la mano del fumador:

- Representa su mundo imaginario
- Es lo que el consumidor muestra, con valor, sin temor.
- Es la presencia de la marca cotidiana, acompañando al fumador en su mundo de vida.

Quebrar la armonía implica niveles de sentido y niveles estéticos.

Sin embargo las marcas saben que el **empaquete** es un medio de comunicación limitado, al que no se le puede exigir todo. Por eso construyen todo su valor y soporte por otras vías: campañas, publicidad, promoción, extensiones de línea, etc.

"Adaptado de: Tuyá M y Cols. Cómo funciona el pack. Nuevas advertencias UE 2002. Madrid. SCaPT-INNER para EHRP-CTCR 2002"

Las advertencias sanitarias completas **quiebran la armonía visual y semántica del empaque**. La marca deja de ser el único mensaje.

Las advertencias sanitarias completas hacen énfasis en los **efectos nocivos del tabaco**, explican **LO MALO DE FUMAR**.

Quiebran la estética del empaque por su ubicación, su tamaño, su contenido, etc.

Con la presencia de las advertencias sanitarias en las cajetillas de los productos de tabaco, la marca entra en competencia con otros niveles de comunicación.

"Adaptado de: Tuyá M y Cols. Cómo funciona el pack. Nuevas advertencias UE 2002. Madrid. SCaPT-INNER para EHRP-CTCR 2002"



"La inclusión en los paquetes de advertencias sanitarias grandes e ilustrativas puede motivar a las personas que fuman para que dejen de fumar, pueden desalentar el inicio del consumo, e impedir que los ex-fumadores vuelvan a fumar"(5).

REFERENCIAS

1. Ministerio de la Protección Social. Instituto Nacional de Cancerología ESE. Evaluación de la activación emocional y rede las advertencias sanitarias completas para los productos de tabaco en Colombia, periodos 2010 - 2011 y 2011 - 2012. Bogotá D.C. : Instituto Nacional de Cancerología ESE, 2011.
2. Ministerio de la Protección Social, Instituto Nacional de Cancerología ESE. Metodología para la evaluación de las advertencias sanitarias completas para los productos de tabaco en Colombia. Bogotá D.C. : Ministerio de la Protección Social, Instituto Nacional de Cancerología ESE, 2011.
3. Ministerio de la Protección Social, Instituto Nacional de Cancerología ESE. Estudio para conocer la opinión sobre el consumo de cigarrillo y la legislación vigente en Colombia frente al tabaquismo. Bogotá D.C. : Ministerio de la Protección Social, Instituto Nacional de Cancerología ESE, 2011.
4. Framework Convention Alliance. Framework Convention Alliance. [En línea] 2012. [Citado el: 15 de Marzo de 2012.] http://www.fctc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=246:ncias-sanitarias-y-la-eliminacion-de-la-publicidad&catid=130:general-&Itemid=205.
5. Fundación InterAmericana del Corazón Argentina. Advertencias Sanitarias. [En línea] 2012. [Citado el: 15 de Marzo de 2012.] http://www.ficargentina.org/index.php?option=com_content&view=category&id=67&Itemid=47&lang=es.