

ABC de la Ley Antitabaco (Ley 1335 de 2009)

Diana Esperanza Rivera Rodríguez*

Alejandro Niño Bogoya†

El consumo de tabaco es un hábito aún aceptado y admitido por una parte importante de nuestra sociedad (1) que ocasiona deterioro de la calidad de vida e importantes costos económicos, sociales y ambientales. Es la primera causa de muerte evitable en el mundo, ocasiona alrededor de 5 millones de defunciones anuales, el mismo número de fallecimientos que causan, juntos, el sida, la malaria y todas las enfermedades infantiles prevenibles. De no hacer nada, en el año 2030 el consumo de tabaco matará a 10 millones de personas cada año, el 70% de estas defunciones ocurrirá en los países en vía de desarrollo.

Las enfermedades directamente relacionadas con el consumo de tabaco son numerosas (2), muchas de ellas prevenibles y mitigables si se deja de fumar. La enfermedad pulmonar obstructiva crónica aparece en un 15 a 20% de los fumadores y su morbilidad es muy importante. De la misma manera el consumo de tabaco es la causa de casi un 90% de los cánceres broncopulmonares, que a su vez constituyen un 30% de las neoplasias en los hombres y que son ya bastante frecuentes en las mujeres.

El tabaquismo es, además, un factor causal en otros tumores, como los de laringe, esófago, cavidad oral, vejiga, etc. Diversos trastornos cardiovasculares, como la cardiopatía isquémica, los accidentes cerebrovasculares y las arteriopatías periféricas, tienen también una relación etiológica directa con el consumo de tabaco. Finalmente, no puede olvidarse las implicaciones del tabaquismo sobre el embarazo y el parto y mucho menos el impacto del humo del cigarrillo sobre el fumador pasivo.

En lo que concierne al control del consumo de tabaco, la legislación es un instrumento de protección ciudadana. Resulta evidente que, por sí sola, la información de que el consumo de tabaco produce efectos adversos en la salud humana es insuficiente para generar cambios gran escala en el comportamiento social respecto a su consumo, por ello el

* Coordinadora, Grupo Políticas, Legislación y Movilización Social. Instituto Nacional de Cancerología, Colombia. drivera@cancer.gov.co

†† Profesional Especializado, Grupo Políticas, Legislación y Movilización social. Instituto Nacional de Cancerología, Colombia. anino@cancer.gov.co

desarrollo de legislación efectiva para el control del tabaco es fundamental para comprender y modificar el contexto del tabaquismo en un sentido favorable a la salud.

En Colombia, el 21 de julio de 2009 entró en vigor la Ley 1335 de 2009 (Ley Antitabaco), esta normativa que ubica a nuestro país a la altura de las legislaciones más modernas para el control del consumo de tabaco en el mundo, adopta los principios del Convenio Marco para el control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (3), tratado que Colombia aprobó mediante la Ley 1109 de 2006 y al que adhirió el 10 de abril del 2008.

Esta Ley es de utilidad pública y sus disposiciones son de orden público e interés social y de cumplimiento en todo el territorio nacional. Está dividida en 9 capítulos y contempla 36 artículos, a continuación, se presenta una explicación de los diferentes aspectos que en ella se desarrollan:

LEY 1335 DEL 21 DE JULIO DE 2009 (4)

Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana

OBJETO DE LA LEY (Art. 1)

El objetivo de la ley es garantizar el derecho a la salud de la población, en especial de los niños, niñas y adolescentes, protegiéndolos de los efectos del consumo de tabaco y sus derivados, así como de la exposición al humo de cigarrillo. La ley pretende:

- Proteger la salud de la población de los efectos nocivos del tabaco
- Proteger los derechos de los no fumadores a vivir y convivir en espacios 100% libres de humo de tabaco
- Establecer las bases para la protección contra el humo de tabaco
- Establecer las bases para el empaquetado y el etiquetado de los productos del tabaco.
- Regular la promoción, la publicidad, el patrocinio, la distribución, la venta, el consumo y el uso de los productos del tabaco
- Contribuir con la disminución del consumo de tabaco en Colombia, mediante la creación de programas de salud y educación.
- Fomentar la promoción, la educación para la salud, así como la difusión del conocimiento de los riesgos atribuibles al consumo y a la exposición al humo de tabaco
- Contribuir con el abandono de la dependencia del tabaco

La ley no busca perseguir a los fumadores sino proteger contra los efectos del consumo de tabaco y contra la exposición al humo del

CAPITULO I (Art. 2-4)

Disposiciones sobre la venta de productos de tabaco a menores de edad

La venta de cigarrillos a menores de edad es uno de los factores más influyentes en el acceso que tienen los menores a los derivados del tabaco. La accesibilidad de los menores de edad a los productos del tabaco, fundamentalmente a los cigarrillos, es un factor primordial que interactúa con otros factores psicosociales, como la aceptación, la falta de identidad o la presión de los pares, los cuales favorecen en los menores de edad el inicio del consumo de dichos productos y la adicción al tabaco (5). El control del acceso es una estrategia establecida para reducir el consumo de tabaco. Más de un tercio de los adolescentes que prueban alguna vez el tabaco se convierten en fumadores habituales en la escuela secundaria (6).

En este capítulo, se prohíbe expresamente la venta de productos de tabaco y sus derivados a menores de edad, igualmente se limita las posibilidades que los menores puedan acceder a estos productos, para esto se prohíbe la fabricación e importación de cigarrillos en cajetillas o presentaciones que contengan menos de diez (10) unidades, así como la venta por unidad de los productos del tabaco y sus derivados y el uso de máquinas expendedoras o dispensadoras de productos de tabaco en lugares y puntos de venta en los cuales hay libre acceso de los menores de edad. También se prohíbe la fabricación y comercialización de dulces, refrigerios, juguetes u otros objetos que tengan forma de productos de tabaco y puedan resultar atractivos para los menores.

De acuerdo con la ley es obligación de los vendedores y expendedores de productos de tabaco y sus derivados indicar bajo un anuncio claro y destacado al interior de su local, establecimiento o punto de venta la prohibición de la venta de productos de tabaco a menores de edad. Este anuncio en ningún caso hará mención a marcas, empresas o fundaciones de empresas tabacaleras; ni empleará logotipos, símbolos, juegos de colores, que permitan identificar alguna de ellas. De igual manera se debe garantizar que los productos de tabaco no sean accesibles desde los estantes al público sin ningún tipo de control.

La restricción del acceso de los jóvenes a la compra de cigarrillos disminuye la cantidad de menores que comienzan a fumar.

CAPÍTULO II (Art. 5-12)

Disposiciones para prevenir el consumo de tabaco y sus derivados en menores y población no fumadora

Este capítulo estipula acciones que permiten fortalecer la concientización pública acerca de los riesgos que acarrearán para la salud el consumo de tabaco y la exposición al humo de tabaco, así como de los beneficios que reportan el abandono de dicho consumo y los modos de vida sin tabaco, y el conocimiento público y el acceso a la información sobre las consecuencias sanitarias, económicas y ambientales adversas al consumo de tabaco, de la misma manera, se garantiza el acceso a programas integrales y eficaces de educación, así como a programas de cesación del consumo.

A partir de la entrada en vigencia de la ley, se fortalecerá la política de salud pública antitabaco, por tanto, el Ministerio de la Protección Social, deberá incorporar en el Plan Nacional de Salud Pública las estrategias y acciones para identificar y promover la atención y demanda de servicios de cesación para dejar de fumar. Las IPSs y las EPSs, deberán identificar el factor de riesgo de consumo de tabaco dentro de su población, informar a esa población los riesgos para su salud por el hábito de consumir tabaco o derivados de este y brindarle al usuario los servicios del POS que le ayuden a manejar el factor de riesgo y las Administradores de Riesgos Profesionales deben desarrollar estrategias para brindar, permanentemente, información y educación a sus afiliados para garantizar ambientes laborales ciento por ciento (100%) libres de humo.

En los aspectos relacionados con la educación, a partir de la entrada en vigor de la ley, los Ministerios de Protección Social y de Educación Nacional, tienen la obligación de formular, aplicar, actualizar y revisar periódicamente la política de prevención para el consumo de tabaco en los menores de edad y en la población general fumadora y no fumadora. En dicho trabajo se promoverá la participación de comunidades indígenas y afrocolombianas. Estos Ministerios también tienen la obligación de formular y promulgarán los programas, planes y estrategias encaminados a capacitar sobre las medidas de control de tabaco vigentes a Profesionales de la salud, trabajadores de la comunidad, asistentes sociales, profesionales de la comunicación, educadores, y responsables de la formación de menores de edad así como a los servidores públicos en general sobre las consecuencias adversas del consumo de tabaco e inhalación del humo de tabaco. En ese mismo sentido, los menores de edad deberán recibir los conocimientos y asistencia institucional educativa bajo los principios de salud pública sobre los efectos nocivos del tabaquismo, la incidencia de enfermedades, la discapacidad

prematura y la mortalidad debidas al consumo de tabaco y a la exposición del humo de tabaco, tanto de los fumadores activos como pasivos, para esto el Ministerio de Educación fijará en los programas de educación preescolar, primaria, secundaria, media vocacional, universitaria, de educación no formal, educación para docentes y demás programas educativos, los planes curriculares y actividades educativas para la prevención y control del tabaquismo.

Por su parte, las entidades territoriales, deberán difundir las medidas establecidas en la ley, así como realizar actividades de concertación social y campañas de educación sobre los efectos nocivos del consumo del tabaco. Este mismo trabajo de educación e información deberá ser adelantando por las empresas prestadoras de servicios de salud.

En lo relacionado con el desarrollo de Campañas de Prevención en medios de comunicación, el Gobierno Nacional deberá implementar campañas generales de información y educación a la población sobre los efectos nocivos del consumo de tabaco o la exposición al humo de tabaco. La Comisión Nacional de Televisión debe destinar en forma gratuita y rotatoria espacios para la utilización por parte de las entidades públicas y Organizaciones No Gubernamentales, orientados a la emisión de mensajes de prevención contra el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, en los horarios de alta sintonía en televisión por los medios ordinarios y canales por suscripción. De igual manera se deberá realizar la destinación de espacios que estén a cargo de la Nación para la difusión del mismo tipo de mensajes por emisoras radiales.

CAPÍTULO III (Art. 13-15)

Disposiciones relativas a la publicidad y empaquetado del tabaco y sus derivados

Existe una necesidad clara de informar y alertar a los fumadores de manera eficaz y proporcionar información sobre cómo reducir los riesgos para su salud relacionados con el consumo tabaco. La información concreta expresada de forma contundente mediante etiquetas bien visibles colocadas en los envases de productos de tabaco, proporciona mensajes de salud pública importantes dirigidos a los fumadores. Las advertencias sanitarias obligatorias en los productos de tabaco son una manera eficaz de informar a los fumadores sobre los riesgos de fumar, alentar a los fumadores a que dejen de hacerlo y desanimar a los no fumadores de que empiecen a fumar (7).

A partir del 21 de julio del 2010, al 30% de la cada una de las caras de los productos del tabaco se le deberán incorporar advertencias sanitarias completas, esto es, imágenes y textos, que advierten sobre los efectos del consumo de tabaco o de la

exposición humo. Estas advertencias serán rotativas anualmente, durante el primer año serán 3 advertencias, a partir del segundo año serán 6. Las advertencias deben ser impresas en el empaque y no se pueden remover ni ser cubiertas por ningún empaque que no permita su visibilidad. El empaquetado y etiquetado de productos de tabaco o sus derivados tampoco podrá: ser dirigido a menores de edad o ser especialmente atractivos para estos; sugerir que fumar contribuye al éxito atlético o deportivo, la popularidad, al éxito profesional o al éxito sexual; ni emplear términos que tengan el efecto de crear la falsa impresión de que un determinado producto del tabaco es menos nocivo que otro tales como: cigarrillos “suaves”, “ligeros”, “light”, “mild”, o “bajo en alquitrán, nicotina y monóxido de carbono”.

Las advertencias sanitarias completas (imágenes y textos han demostrado una mayor eficacia para informar sobre sus riesgos y las consecuencias del consumo de tabaco y favorecer la reducción de su consumo o su abandono definitivo

La industria del tabaco asegura que el propósito exclusivo de la publicidad de tabaco es mantener y aumentar las cuotas potenciales de mercado entre las personas adultas ya consumidoras. Sin embargo, está comprobado que la industria tabacalera concentra sus esfuerzos publicitarios en los menores de edad. Esta publicidad se presenta con un tipo de discurso que se nutre de elementos como el cine, la música, etc. Estos mensajes van ligados al deseo de sortear prohibiciones explotando conceptos como sexo, triunfo, glamour, nihilismo y rebelión, como también a los deportes de aventura y competición. Diversos estudios señalan como agentes causales del aumento de la demanda de cigarrillos entre los adolescentes a la publicidad del tabaco (8). Es necesaria una prohibición total de la publicidad de los productos del tabaco para prevenir el consumo entre niños, niñas y adolescentes.

La Ley establece a partir del 21 de julio del año 2011, la prohibición total de toda forma de publicidad de productos de tabaco en medios de comunicación. No se podrán promocionar productos de tabaco en: radio, televisión, cine, medios escritos como boletines, periódicos, revistas o cualquier documento de difusión masiva, producciones teatrales u otras funciones en vivo, funciones musicales en vivo o grabadas, video o filmes comerciales, discos compactos, discos de video digital o medios similares. Igualmente están prohibidas las vallas, las pancartas, los murales, los afiches, los carteles o similares móviles o fijos relacionados con la promoción de los productos del tabaco y sus derivados.

También está prohibida la emisión de comerciales o publicidad de tabaco producida en el exterior a través de los operadores de cable, los operadores satelitales y los operadores de televisión comunitaria

Prohibir la publicidad del tabaco disminuye hasta en un 7% su consumo.

Capítulo IV. (Art. 16-17)

Disposiciones para prohibir las acciones de promoción y patrocinio de tabaco y sus derivados

Se define como patrocinio del tabaco *toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco* (3), tales actividades pueden darse en el marco de eventos deportivos, eventos culturales, conciertos, programas escolares, actividades de responsabilidad social corporativa tales como iniciativas de prevención para los jóvenes y aportes benéficos para las organizaciones públicas y privadas.

Está comprobado que las acciones de promoción y patrocinio de los productos de tabaco son los agentes causales del aumento de la demanda de cigarrillos entre los adolescentes (8). La promoción y el patrocinio de los productos del tabaco alientan a la población especialmente a los jóvenes, a consumir tabaco, a los consumidores de tabaco a consumir más, disminuye la motivación de los consumidores para dejar de fumar y alienta a la gente que ha dejado de fumar a volver a hacerlo. Al igual que con la publicidad, es necesaria una prohibición de las total de dichas acciones.

A partir del 21 de julio de 2011 se prohíbe toda forma de promoción de los productos del tabaco y el patrocinio de eventos culturales y deportivos por parte de empresas productoras, importadoras o comercializadoras de productos de tabaco, *a nombre de sus corporaciones o fundaciones o cualquiera de sus marcas, cuando este patrocinio implique la promoción directa o indirecta el consumo de productos de tabaco y sus derivados.*

La prohibición de las acciones de promoción y patrocinio de los productos de tabaco busca la defensa de bienes públicos como la salud de la población y la protección de los niños, las niñas y los adolescentes. La prohibición total de la promoción y el patrocinio de los productos de tabaco reduce el consumo de tabaco; las prohibiciones parciales producen efecto limitado.

Capítulo V. (Art. 18-21)

Disposiciones para garantizar los derechos de los no fumadores frente al consumo de tabaco

No existe un nivel seguro de exposición al humo de segunda mano. La implementación de ambientes 100% libres de humo es la única manera de proteger de sus efectos nocivos a la población. Los espacios libres de humo evitan los daños asociados a la exposición al humo ambiental del tabaco y estimulan a los fumadores a dejar o disminuir el consumo (9). Con esta medida se disminuye el consumo de tabaco en un 4%, igualmente se reduce el número de cigarrillos por parte de las personas fumadoras (10). Los espacios libres de humo fortalecen las normas sociales acerca de que fumar no es aceptable, y son efectivos pueden ser efectivas para prevenir el consumo de tabaco en la adolescencia (11).

A partir de la entrada en vigor de esta ley queda prohibido a cualquier persona consumir o tener encendido cualquier producto del tabaco en los espacios 100% libres de humo de tabaco. La Ley garantiza los derechos a los no fumadores, estableciendo los lugares en los cuales no se podrá fumar. Se prohíbe el consumo de tabaco en las áreas cerradas tanto de los lugares de trabajo, como en los lugares públicos como como bares, restaurantes, centros comerciales, tiendas, parques, estadios, cafeterías, discotecas, hoteles, ferias y casinos, entre otros, también prohíbe fumar en los lugares donde se realicen eventos masivos. Adicionalmente, sitios donde se atienden menores de edad, medios de transporte público, oficial, escolar y privado. Espacios deportivos y culturales entre otros. Las autoridades sanitarias, de seguridad, los dueños y administradores de los lugares deberán velar por el cumplimiento de esta Ley o de lo contrario se verán sujetos a sanciones y multas.

Está proohibido consumir o tener encendido cualquier producto del tabaco en los espacios 100% libres de humo de tabaco. Son Espacios 100% libres de humo de tabaco entre otros:

- **Todas las áreas cerradas tanto lugares de tabajo como en lugares públicos**
- **todos los vehículo de transporte de pasajeros**
- **Otros lugares de acceso al público**

No se puede fumar en Áreas cerradas y No está permitido adecuar espacios de fumadores en espacios cerrados.

Área cerrada es TODO ESPACIO CUBIERTO POR UN TECHO Y CONFINADO POR PAREDES (así sea una), independientemente del material utilizado para el techo, las paredes o los muros y de que la estructura sea permanente o temporal.

CAPÍTULO VI. (Art. 22)

Suministro de información

A partir del 21 de julio del 2011, Los fabricantes e importadores de cigarrillos deberán presentar anualmente, al Ministerio de Protección Social, un informe sobre: los ingredientes agregados al tabaco y los niveles de componentes de humo que corresponden a niveles de alquitrán, nicotina y monóxido. Por constituir secreto industrial, toda esta información se tratará con carácter confidencial y de absoluta reserva.

CAPITULO VII. (Art. 23-31)

Sanciones

Dentro de las sanciones que establece la Ley están las pedagógicas, que es para las personas que fumen en sitios prohibidos en la mencionada Ley. De igual forma, para los sititos que venda estos productos a menores de edad.

Todos los recursos recaudados en multas que van de uno a 400 salarios mínimos, serán entregados al Ministerio de Protección Social con destino a campañas de prevención contra el cáncer en un sesenta por ciento (60%) y el cuarenta por ciento (40%) a educación preventiva para evitar el consumo de cigarrillo.

Las sanciones que contempla la Ley son:

- Acciones restaurativas: toda persona afectada por el incumplimiento puede dirigirse ante autoridad competente para que se adopten los correctivos necesarios.
- Sanción por fumar en sitios prohibidos. Reglamentación vigente. Amonestación verbal y sanción pedagógica para el infractor y propietarios de establecimientos. Reforma al código de policía para hacer más fuerte la sanción pecuniaria.
- Incumplimiento empaquetado y etiquetado. 250-400 salarios mensuales vigentes y destrucción material decomisado.
- Incumplimiento medidas de promoción, publicidad y patrocinio: comerciantes al detal y al por mayor 2-5 salarios mínimos. Fabricantes e importadores 250-400 salarios mínimos
- Venta a menores: 1-3 salarios mínimos mensuales
- Incumplimiento de espacios libres de humo: sanciones para propietarios y administradores de establecimientos: 1-100 salarios mínimos y suspensión de licencia (procedimiento del código contencioso administrativo)

CAPÍTULO VIII. (Art. 34)

Plazos

Los Plazos para implementar las medidas son:

- Prohibición de cajetillas de menos de 10 unidades y prohibición de venta al menudeo: a partir del 21 de julio de 2011
- Advertencias sanitarias completas en las cajetillas: a partir del 21 de julio de 2010
- Prohibición total de Publicidad, Promoción y Patrocinio: a partir del 21 de julio de 2011
- Suministro de información: a partir del 21 de julio de 2010
- Demás artículos incluidos los ambientes 100% libres de humo: a partir del 21 de julio de 2009

CAPÍTULO IX. (Art. 35)

Disposiciones finales

La ley rige a partir del 21 de julio de 2009

Referencias Bibliográficas

1. *Naturaleza del humo del tabaco. Farmacología de la nicotina.* **Pérez-Trullén, A.** 31, 1995, Arch Bronconeumol, pp. 101-108.
2. **Wyser, C and Bolliger, C T.** Smoking-Related disorders. [book auth.] C T Bolliger and K O Fagerström . *The Tobacco Epidemic.* Basel. Karger, 1997; 28: 78-106. Berlin : Karger, 1997, pp. 78-106.
3. **Organización Mundial de la Salud;** *Convenio Marco para el Control del Tabaco.* Ginebra : Organización Mundial de la Salud, 2003.
4. **República de Colombia.** Ley 1335 de 2009. Julio 21, 2009. Diario Oficial No. 47.417 de 21 de julio de 2009.
5. *Youth access to tobacco: the effects of age, gender, vending machine locks and "it's the law" program.* **Difranza , J, Savageau, J and Aisquith, B F.** 2, 1996, Am J Public Health , Vol. 86, pp. 221-224.
6. **MMWR.** *Selected cigarette smoking initiation and quitting behaviors among high school students--United States, 1997.* . 1998. pp. 47 (19): 386-389, Weekl.
7. *Tobacco health warnings and smoking related cognitions and behaviours.* **Borland, R.** 11, 1997, Addiction, Vol. 92, pp. 1427-1435.
8. *Tobacco marketing awareness on youth smoking susceptibility and perceived prevalence before and after an advertising ban.* **Moodie, C, et al., et al.** 5, 2008, Eur J Public Health , Vol. 18, pp. 484-490.
9. *A new national smokefree law increased calls to a national quitline.* **Wilson, N, Sertsou, G and Edwards, R.** 7, 2007, BMC Public Health, p. 75.
10. *Effect of smoke-free workplaces on smoking behaviour: systematic review.* **Fichtenberg , C M and Glantz, S A.** 325, 2002, BMJ, p. 188.
11. *Local restaurant smoking regulations and the adolescent smoking initiation process: results of a multilevel contextual analysis among Massachusetts youth.* **Siegel, M, Albers, A B and Cheng , D M.** 162, 2008, Arch Pediatr Adolesc Med, pp. 477-483.
12. **Organización Mundial de la Salud;** *MPOWER, un plan de medidas para hacer retroceder la epidemia de tabaquismo.* Ginebra : Organización Mundial de la Salud, 2008.
13. **Organización Panamericana de la Salud.** *Hacia entornos totalmente libres de humo de tabaco en las Américas.* . Washington, D.C : OPS, 2004. pp. 7-10.