



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD

ÓRGANO DE NEGOCIACIÓN INTERGUBERNAMENTAL
SOBRE EL CONVENIO MARCO DE LA OMS
PARA LA LUCHA ANTITABÁQUICA

A/FCTC/INB3/INF.DOC./1
13 de noviembre de 2001

Tercera reunión

Punto 3 del orden del día provisional

Recopilación de términos y definiciones

1. El texto preparado por el Presidente¹ para el Convenio marco para la lucha antitabáquica no contenía ningún proyecto de texto específico para el artículo B (Definiciones); el Presidente propuso que cada grupo de trabajo enumerara los términos que podrían requerir definición y los enviara a la secretaría del Convenio marco, para su análisis y compilación.²
2. Consiguientemente, la secretaría ha estudiado los términos consignados, así como otros términos presentados después por los Estados Miembros. En el presente documento figuran los resultados de dicho estudio, así como información sobre los términos presentados. Las definiciones que aquí se ofrecen no aspiran a ser un catálogo exhaustivo de las posibilidades existentes, sino sólo el material de referencia para un primer estudio.
3. En el anexo 1 se consignan por orden alfabético todos los términos presentados. Los términos relacionados entre sí (por ejemplo, «publicidad» y «contrapublicidad») han sido agrupados, y se han incluido también referencias cruzadas para facilitar la localización de términos en el texto del documento. A continuación de cada término se ofrecen las definiciones, casi siempre acompañadas de definiciones alternativas. Las referencias a la procedencia de cada definición se indican en cursiva, debajo de la misma y junto al margen derecho. En algunos casos, la secretaría ha ofrecido una definición alternativa confeccionada a partir de otras presentadas por los Estados Miembros, o elaborada por la secretaría por no haberse encontrado ninguna definición precisa. En esos casos no se cita fuente de referencia.
4. Algunos Estados Miembros han presentado propuestas de definición de ciertos términos; dichas propuestas aparecen precedidas de un título sangrado que reza, en negrillas, «Definición presentada por...». El resto de las definiciones son fruto de las investigaciones de la secretaría sobre la base de los términos presentados por los Estados Miembros.
5. En el anexo 2 se enumeran todos los términos definidos, indicándose además las correspondientes secciones del texto del Presidente o de los documentos de trabajo de los copresidentes. Cuando un término aparece a lo largo de todo el texto, así se indica en el cuadro y no se remite a ninguna sección en particular. En algunos casos, los Estados Miembros han presentado términos que no figuran en el texto del Presidente o en los documentos de trabajo de los copresidentes; esa circunstancia se ha indicado agregando «No aparece» junto al término en cuestión.
6. No debe entenderse que los términos que se enumeran en el presente documento figurarán necesariamente en el texto definitivo del Convenio marco para la lucha antitabáquica.

¹ Documento A/FCTC/INB2/2.

² Documento A/FCTC/INB2/DIV/6.

ANEXO 1

RECOPIACIÓN DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES

1. adicción

Situación o proceso experimentado por quien es adicto [dependiente de un hábito; incapaz de prescindir de algo], especialmente cuando consiste en la toma habitual de una droga que no es posible abandonar sin sufrir efectos adversos.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

Estado en que se encuentra quien es presa de un hábito o compulsión; fuerte dependencia fisiológica y psicológica de una droga o de otro tipo de sustancia psicoactiva.

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 2000

Dependencia psicológica y fisiológica habitual respecto de una sustancia o práctica que escapa al dominio de la voluntad.

Stedman's medical dictionary, 26th ed., 1995

1a) drogadicción

Estado de fuerte dependencia respecto de una droga; aunque a veces se define como una dependencia física, suele también abarcar la dependencia emocional, es decir, el uso compulsivo o patológico de drogas. Con frecuencia se utiliza junto con «dependencia de una sustancia».

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 2000

Estado psíquico y a veces físico causado por la interacción entre un organismo vivo y un fármaco que se caracteriza por modificaciones del comportamiento y por otras reacciones que comprenden siempre un impulso irreprímible a tomar el fármaco en forma continua o periódica a fin de experimentar sus efectos psíquicos y a veces para evitar el malestar producido por la privación. La dependencia puede ir o no acompañada de tolerancia.

Serie de Informes Técnicos de la OMS, N° 407, 1969

Estado en virtud del cual la ingestión sistemática y consecutiva de una sustancia crea un desequilibrio químico en el cerebro, de tal forma que la ingestión continuada de la sustancia química resulta necesaria para impedir la aparición de respuestas que trastornen el comportamiento y que sean físicamente dolorosas y peligrosas. Las respuestas adictivas difieren de los hábitos y de las reacciones de dependencia en que las respuestas del individuo y los efectos de la sustancia son en buena medida coherentes y universales y presentan un reducido margen de varianza.

*Brown & Williamson Industry, documento N° 536461976.
Protegida por la Minnesota Tobacco Litigation Protective Order*

2. aditivo

Lo que se añade; especialmente, sustancia añadida a otra para conferirle propiedades específicas.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

Sustancia (por ejemplo, condimento, conservante o vitamina) añadida a otra sustancia (por ejemplo, un alimento o droga) que va a ser ingerida.

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 2000

Sustancia que, sin formar parte natural de un material (por ejemplo, un alimento), se añade deliberadamente con una finalidad específica (por ejemplo, la conservación).

Stedman's medical dictionary, 26th ed., 1995

Sustancias que aumentan la aceptación de los productos del tabaco por los consumidores porque prolongan la duración del producto (humectantes), suavizan el humo y facilitan su inhalación (azúcares y humectantes), confieren sabor y aroma, mejoran la liberación de nicotina (compuestos de amoníaco), o adormecen la garganta (mentol y eugenol, el ingrediente activo del clavo).

Resumen de la secretaría del ONI a partir de: Hirschfelder AB. Encyclopedia of Smoking and Tobacco. Phoenix, AZ, Oryx Press, 1999, p. 2

Toda sustancia ajena que se agrega al tabaco para potenciar sus propiedades o hacer su uso más atractivo.

Preparada por la secretaría del ONI

2a) aditivo alimentario

Toda sustancia cuyo uso intencionado conduzca, o sea razonable esperar que conduzca directa o indirectamente a su incorporación en un alimento, o afecte de algún otro modo a las características de un alimento (incluidas las sustancias destinadas a la producción, fabricación, empaquetado, elaboración, preparación, tratamiento, envasado, transporte o contenimiento de alimentos, así como toda fuente de radiación destinada a tal fin) cuando no esté mayormente reconocido, por parte de expertos capacitados mediante formación científica y experiencia para evaluar su inocuidad, que haya quedado adecuadamente demostrado, mediante procedimientos científicos, que dicha sustancia... es inocua para los usos a los que se destina.

US Code¹: Title 21, Chapter 9 (US Federal Food, Drug and Cosmetic Act, enmendada por la Food and Drug Administration Modernization Act of 1997)

Toda sustancia que normalmente no se consume como alimento propiamente dicho y que normalmente no se utiliza como ingrediente característico de un alimento, con independencia de que posea o no valor

¹ El «US Code» es una recopilación y codificación por materias de las leyes generales y permanentes de los Estados Unidos. Véase la US Office of the Law Revision Counsel, en <http://uscode.house.gov>

nutritivo, y cuya adición intencional a un alimento para fines tecnológicos durante la fabricación, elaboración, preparación, tratamiento, envasado, transporte o almacenamiento de dicho alimento conduzca, o sea razonable esperar que conduzca, a la incorporación directa o indirecta de dicha sustancia o de sus subproductos en el alimento.

Directiva 89/107/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros sobre los aditivos alimentarios autorizados en los productos alimenticios destinados al consumo humano, artículo 1(2)

3. publicidad

Utilización de algún tipo de mensaje o de comunicación para atraer la atención de un individuo o grupo hacia un producto, servicio, concepto, institución, etc., con la intención de que se produzca algún tipo de comportamiento o actuación, consistente generalmente en la compra del artículo o servicio, o en la obtención de apoyo a dicho concepto o idea.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Presentación promocional remunerada y a título no personal de mercancías, servicios y/o ideas. Suele estar costeada por un patrocinador identificable. Las decisiones se refieren al contenido del mensaje y al lugar o lugares en que se difunde. Suele utilizarse para promover ideas y causas, con tres objetivos básicos: a) informar a los consumidores sobre nuevos artículos, usos de productos, servicios disponibles u otras informaciones útiles; b) persuadir a cierto público de que adquiera un artículo, cambie de marca preferida o considere un artículo desde un punto de vista diferente; c) recordar a los consumidores la necesidad de un artículo o servicio y el lugar o lugares en que éstos pueden comprarse.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Presentación remunerada de un mensaje no personal comunicada, mediante diversos medios de comunicación, por industrias, empresas comerciales, organizaciones sin fines de lucro, o individuos. La publicidad responde a fines persuasivos e informativos, y está pensada para influir en los hábitos de compra y/o en los esquemas mentales de los destinatarios.

Imber J, Toffler BA. Dictionary of advertising and direct mail terms, 1987

Acción consistente en atraer la atención del público hacia un producto para promover su venta.

Garner BA, ed. Black's law dictionary, 7th ed., 1999

Toda forma de comunicación comercial o no comercial cuya finalidad o cuyo efecto directo o indirecto es la promoción de un producto del tabaco, inclusive todo anuncio que, aun cuando no mencione concretamente el producto del tabaco, utilice nombres comerciales, marcas registradas, emblemas u otras características distintivas del producto del tabaco.

Segunda reunión del grupo de trabajo sobre el Convenio marco de la OMS para la lucha antitabáquica, 15 de febrero de 2000, Posibles temas de protocolos iniciales. Documento A/FCTC/WG2/4, p. 3

Un acto realizado por cualquier medio con el fin de que el público vea, oiga o conozca una declaración cuyos objetivos son comerciales.

Thailand Tobacco Products Control Act, B.E. 2535, 1992

Toda forma de comunicación comercial o no comercial cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco.

Propuesta de Directiva 2001/0119 (COD) del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco

Acción de atraer la atención del público hacia un producto del tabaco y de promover sus características, explícita o implícitamente, directa o indirectamente, con objeto de promover su venta.

Preparada por la secretaría del ONI

3a) anunciar

Atraer la atención hacia (mercancías, servicios o puestos vacantes) o describirlos favorablemente en un medio público con objeto de vender, promover ventas o buscar empleados.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

Dirigirse a un vasto público sirviéndose de medios de difusión para llamar la atención acerca de un producto, servicio, idea u organización a fin de despertar el deseo de comprarlo o de fidelizar a sus compradores, de proporcionar información sobre él o de modificar la impresión que se tenga de él, de promover la idea, de motivar un comportamiento hacia él o de persuadir por cualquier otro medio al público en general para que compre, apruebe o apoye dicho producto, servicio, idea u organización.

Imber J, Toffler BA. Dictionary of advertising and direct mail terms, 1987

3b) anuncio

Aviso o comunicación públicos, especialmente cuando publicitan mercancías o servicios en periódicos, carteles o emisiones.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

Comunicación u oferta de venta públicas en un área o medio público, expresada en forma impresa, visual o verbal. Los anuncios aparecen principalmente en periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, rótulos, paneles, radio y televisión. Es similar, aunque no sinónimo, al término «aviso» (mensaje de un anunciante presentado en un programa de radio o televisión). Un anuncio suele ser un servicio remunerado.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Definición presentada por Australia

Todo texto, imagen fija o en movimiento, signo, símbolo u otro tipo de imagen visual, o mensaje sonoro, o cualquier combinación de dos o más de estos medios, que publicite, fomente por cualquier otro medio o responda al propósito de promover:

- a) la acción de fumar; o bien
- b) la compra o consumo de un producto del tabaco o de una gama de productos del tabaco; o bien
- c) la totalidad o una parte de una marca comercial de mercancías que sean o contengan productos del tabaco; o bien
- d) la totalidad o una parte de un diseño respecto de artículos que sean o contengan productos del tabaco; o bien
- e) la totalidad o una parte del nombre de una persona:
 - i) que sea fabricante de productos del tabaco; y
 - ii) cuyo nombre aparezca en algunos o en la totalidad de esos productos o en su envase; o bien
- f) cualquier otra palabra (por ejemplo la totalidad o parte del nombre de una marca) o diseño, o combinación de palabras y diseños, que estén estrechamente asociados a un producto del tabaco o a una gama de productos del tabaco (estén o no estrechamente asociados también a otros tipos de productos).

Tobacco Advertising Prohibition Act 1992 (Commonwealth)

Definición presentada por Australia

Texto o imagen fija o en movimiento, signo, símbolo u otra imagen o mensaje visual o sonoro, o combinación de dos o más de ellos, que publicite, o que por algún otro medio promueva o responda al propósito de promover:

- a) la compra o el consumo de un producto del tabaco, o bien
- b) la marca comercial o el nombre de una marca, o parte de una marca comercial o del nombre de una marca, de algún producto del tabaco

Public Health Act 1991, New South Wales

Definición presentada por Australia

Texto o imagen, símbolo, luz u otro dispositivo, objeto o signo visible, o combinación de dos o más de estos medios que publicite o promueva por cualquier otro medio:

- a) la compra o el consumo de algún producto del tabaco; o bien

b) una marca comercial o el nombre de una marca, o parte de una marca comercial o del nombre de una marca, de algún producto del tabaco

Tobacco Act 1997, Victoria

Definición presentada por China

Se entiende por «anuncio de tabaco» un anuncio que contenga el nombre, el logotipo, el nombre de un producto y la marca comercial de un fabricante, comerciante o distribuidor de tabaco.

Reglamento provisional para la administración de la publicidad del tabaco

Todo mensaje escrito, gráfico (sea una imagen fija o en movimiento, un signo, un símbolo o alguna otra representación visual) o sonoro destinado a fomentar la compra o el consumo de un producto del tabaco, tanto con carácter general como haciendo referencia a sus productores.

Preparada por la secretaria del ONI

3b) publicidad directa

Publicidad impresa enviada por correo a compradores potenciales, vendedores o comerciantes, diferente de la que se da a conocer por otros medios.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Publicidad que se transmite de persona a persona en lugar de utilizar los medios de difusión.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Definición presentada por Australia

Actividad publicitaria destinada a promover productos del tabaco y/o el consumo de productos del tabaco.

*Definiciones proporcionadas por Population Health Social Marketing Unit,
Department of Health and Aged Care*

Definición presentada por China

Se entiende por «publicidad directa de tabaco» la publicidad que aparece directamente en palabras o imágenes; en el nombre o logotipo de un fabricante o distribuidor de tabaco; o en el nombre, marca comercial o logotipo de productos del tabaco.

Documento del Gobierno de China sobre esta materia

3c) publicidad indirecta

Creación de una actitud positiva con respecto a un artículo o servicio mediante la planificación a largo plazo de una exposición frecuente durante un periodo de tiempo, de modo que en un momento dado, cuando el consumidor potencial esté en condiciones, el impacto ya recibido propicie una decisión positiva de compra.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Definición presentada por Australia

Actividad publicitaria destinada a promover productos del tabaco, que actúa de manera sutil y suele estar asociada a actividades/acontecimientos/productos que el público destinatario considera favorablemente.

*Definición proporcionada por Population Health Social Marketing Unit,
Department of Health and Aged Care*

Definición presentada por Australia

Publicidad que, sin mencionar específicamente el producto del tabaco, trata de eludir una prohibición o restricción de la publicidad de tabaco mediante la utilización de nombres de marca, marcas comerciales, nombres comerciales, emblemas u otros rasgos distintivos de los productos del tabaco con la finalidad o el efecto indirecto de promover un producto del tabaco.

*Definición de: Joossens L. How to circumvent tobacco advertising restrictions:
the irrelevance of the distinction between direct and indirect advertising.
Lyon, International Union against Cancer, 2001*

Toda publicidad distinta de la publicidad directa.

Preparada por la secretaría del ONI

3d)

Publicidad efectuada por grupos que trabajan en pro del interés público para convencer a éste de que no compre algún producto o servicio que el grupo considera dañino.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

La contrapublicidad comprende una gran diversidad de actividades, por ejemplo la contrapublicidad mediante televisión de pago, radio, paneles y material impreso a nivel nacional y local; la defensa activa por los medios de difusión y otras técnicas de relaciones públicas mediante estrategias tales como comunicados de prensa, actos locales o actividades de promoción de la salud; y otros esfuerzos encaminados a reducir o sustituir el patrocinio o la promoción por la industria del tabaco. Las campañas de contrapublicidad deberían combinar la utilización de mensajes sobre prevención, cesación y protección frente al humo ajeno; dirigirse tanto a los jóvenes como a los adultos; y abordar tanto comportamientos individuales como políticas públicas. Deberían consistir en actividades de promoción a nivel popular, alegatos en medios de comunicación locales, patrocinio de actos, y otros medios de vinculación de la

colectividad que apoyen y refuercen la campaña; utilizar el mayor número, diversidad y novedad posibles de mensajes y estilos de producción, en lugar de ofrecer repetidamente un pequeño número de ellos; y expresarse en forma no autoritaria, evitando exhortar directamente a no fumar y procurando no centrarse en un único tema, estribillo, identificador o patrocinador.

US Centers for Disease Control and Prevention. Best Practices for Comprehensive Tobacco Control Programs - agosto de 1999

Definición presentada por Australia

Actividad publicitaria encaminada a desalentar a los consumidores respecto de la compra y el consumo de productos del tabaco mediante el suministro de información sobre los beneficios de no fumar, tanto para la salud como para otros aspectos.

*Definición proporcionada por Population Health Social Marketing Unit,
Department of Health and Aged Care*

Acción de señalar explícita o implícitamente a la atención del público un producto del tabaco y sus efectos adversos potenciales, a fin de desalentar su compra y su consumo.

Preparada por la secretaria del ONI

3e) publicidad, patrocinio y promoción del tabaco

Definición presentada por Omán

Toda publicidad, patrocinio, promoción u otra actividad que haga uso de un nombre de marca (por sí solo, o junto con cualquier otra palabra), logotipo, símbolo, lema, mensaje comercial, color/combinación de colores reconocibles o cualquier otro indicio de identificación de un producto, que sea reconocible como utilizado en una marca de tabaco o en alguno de sus productos.

3f) publicidad promoción transfronteriza

Definición presentada por Australia

Actividades desplegadas en varias jurisdicciones con el fin de alentar a los consumidores a que compren productos del tabaco.

*Definición proporcionada por Population Health Social Marketing Unit,
Department of Health Aged Care*

*** publicidad/promoción transfronteriza**

Véase **publicidad**.

4. niño

Todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad.

Convención sobre los Derechos del Niño, Naciones Unidas, 1989

5. órganos internacionales competentes

Organizaciones internacionales gubernamentales o no gubernamentales que tengan un nivel sustancial de competencia en los asuntos a que hace referencia este Convenio.

Preparada por la secretaría del ONI

5a) competente

Adecuadamente capacitado o idóneo.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

5b) autoridad competente

Se entiende por «autoridad competente» la autoridad legalmente autorizada para desempeñar una función.

*Protocolo modificadorio del Tratado que establece la Comunidad del Caribe
(Protocolo VIII: Política de competencia, protección al consumidor, dumping y subsidios)*

6. contenido de los productos del tabaco**Definición presentada por Australia**

Se refiere al contenido del tabaco y de los productos del tabaco. Es una expresión sinónima de «ingredientes de los productos del tabaco».

Las sustancias, incluidos componentes naturales y aditivos, utilizadas como ingredientes de los productos del tabaco.

Preparada por la secretaría del ONI

7. contrabando

Mercancías que han sido objeto de contrabando, es decir, que han sido importadas o exportadas ilegalmente.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

En general, toda mercancía que sea ilegal producir o poseer, incluidas las exportadas de un país o importadas a un país en contravención de sus leyes; mercancías cuya importación o exportación esté prohibida por la ley; o mercancías introducidas de contrabando.

Garner BA, ed. Black's law dictionary, 5th ed., 1999

Definición presentada por Australia

Se denomina «cigarrillos de contrabando» a los cigarrillos o productos del tabaco objeto de comercio ilegal. Muchos de ellos son artículos que no está permitido importar o exportar, bien sea en virtud de la legislación de un Estado o nación en particular (generalmente para obtener ingresos, aunque también para evitar el marcado de los envases y las advertencias de salud obligatorias).

Adaptada de la definición de The concise English dictionary, New Orchard Editions

Definición presentada por el Canadá

Se denomina «contrabando» todo producto del tabaco, incluidas hojas de tabaco sin elaborar, que sea ilegal producir o poseer.

* **contrapublicidad**

Véase **publicidad**.

8. falsificación

Utilización ilegal del nombre de la marca de un fabricante renombrado en mercancías que son copias de las producidas por éste.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Falsificar, copiar o imitar (algo) sin derecho a ello y con el propósito de engañar o defraudar.

Black's law dictionary, 7th ed., 1999

Definición presentada por Australia

Confección de un cigarrillo, producto del tabaco o envase que imite un producto genuino, con intención de defraudar en cuestiones de ingresos.

Adaptada de una definición de The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

Definición presentada por el Canadá

Todo producto del tabaco, envase o etiquetado que haya sido falsificado, copiado o imitado sin autorización ni derecho, con el propósito de engañar o defraudar haciendo pasar la copia u objeto falsificado por el original o genuino.

Adaptada de Black's law dictionary, 7th ed., 1999

Definición presentada por China

Utilización de una marca comercial registrada de tabaco o productos del tabaco careciendo de permiso con arreglo a la ley aplicable.

Documento del Gobierno de China sobre el particular

8a) mercancías de marca de fábrica o de comercio falsificadas

Se entenderá por «mercancías de marca de fábrica o comercio falsificadas»:

1. Cualquiera mercancías, incluido su embalaje, que lleven aposta sin autorización una marca de fábrica o de comercio idéntica a la marca válidamente registrada para tales mercancías, o que no pueda distinguirse en sus aspectos esenciales de esa marca, y que de ese modo lesione los derechos que al titular de la marca de que se trate otorga la legislación del país de importación;
2. Toda marca comercial diseñada sin autorización para ser aplicada a mercancías, tanto si se presenta por separado o no, en las mismas circunstancias en que las mercancías indicadas en el apartado 1 *supra*; o bien
3. Toda mercancía que lleve marcas idénticas a, o manifiestamente indistinguibles de, marcas comerciales protegidas, con lo que puede contravenir el presente apartado si se utiliza en mercancías o servicios diferentes de aquellos para los que se ha registrado la marca comercial, causando confusión con respecto a su procedencia u origen.

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC); WCO Model Legislation for Intellectual Property Rights, 1994

8b) sustancia falsificada

La expresión «sustancia falsificada» designa una sustancia controlada cuyo envase o etiquetado lleva, sin autorización, una marca comercial, un nombre comercial u otra marca, impresión, número o emblema, o algo semejante que identifique a un fabricante, distribuidor, o expendedor distinto de la persona o personas que realmente han fabricado, distribuido o expendido dicha sustancia y que, en virtud de ello, aparenta engañosamente ser el producto de ese otro fabricante, distribuidor o expendedor, o haber sido distribuido por él.

US Code: Title 21, Section 802, Food and Drugs - Drug Abuse Prevention and Control

8c) cigarrillos falsificados

Definición presentada por Australia

Se denomina «cigarrillos falsificados» a los que, contrariamente al derecho, son imitación, remedo o copia de otros cigarrillos y pasan por genuinos.

Proporcionada por el Ministerio de Hacienda de Australia

8d) productos del tabaco falsificados y de contrabando**Definición presentada por Australia**

La expresión «productos del tabaco falsificados y de contrabando» designa los cigarrillos o productos del tabaco que o bien han sido fabricados a imitación de otros o para hacerse pasar por otros, o que no está permitido importar o exportar en virtud de las leyes de un Estado o nación (generalmente con fines remunerativos).

Proporcionada por el Ministerio de Hacienda de Australia

9. dependencia

Estado en que se encuentra quien depende o necesita la ayuda de algo, particularmente para obtener apoyo o el propio mantenimiento; estado en el que existe una necesidad compulsiva o crónica, por ejemplo de una droga.

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 2000

9a) drogodependencia

La drogodependencia se caracteriza por determinadas reacciones comportamentales o de otro tipo, en particular una fuerte compulsión a tomar la sustancia en cuestión de manera continuada para experimentar sus efectos psíquicos o para evitar el malestar causado por su carencia.

US Code: Title 42, Section 21, The Public Health and Welfare Service - Public Health

9b) dependencia de sustancias

[DSM-IV] Consumo compulsivo de una sustancia a pesar de los notables problemas que acarrea. Aunque los síndromes de tolerancia y abstinencia han sido definidos como necesarios y suficientes para que haya dependencia, en la actualidad representan sólo dos de varios criterios posibles; otros criterios son la toma de la sustancia en cuestión durante más tiempo, o en mayores cantidades, de lo previsto; la expresión repetida del deseo o el intento infructuoso de reducir o regular su consumo, y la continuidad de su consumo acompañado de un reconocimiento de los problemas físicos o mentales inducidos por esa sustancia. Esta expresión se utiliza a veces en un sentido más restringido para designar sólo la dependencia fisiológica, y en ese sentido podría considerarse un fenómeno distinto de la tolerancia...

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 1995

Conjunto de síntomas comportamentales, fisiológicos y cognitivos que se manifiestan como consecuencia del consumo o del abuso de una sustancia; como indicios de su presencia suelen observarse tolerancia a los efectos de la sustancia y la aparición de síntomas de abstinencia cuando se suspende el consumo de la sustancia.

Stedman's medical dictionary, 26th ed., 2000

Criterios para la dependencia de sustancias:

Un patrón desadaptativo de consumo de la sustancia que conlleva un deterioro o malestar clínicamente significativos, expresado por tres (o más) de los items siguientes en algún momento de un periodo continuado de 12 meses:

- 1) tolerancia, definida por cualquiera de los siguientes items:
 - a) una necesidad de cantidades marcadamente crecientes de la sustancia para conseguir la intoxicación o el efecto deseado;
 - b) el efecto de las mismas cantidades de sustancia disminuye claramente con su consumo continuado;
- 2) abstinencia, definida por cualquiera de los siguientes items:
 - a) el síndrome de abstinencia característico para la sustancia;
 - b) se toma la misma sustancia (o una muy parecida) para aliviar o evitar los síntomas de abstinencia;
- 3) la sustancia es tomada con frecuencia en cantidades mayores o durante un periodo más largo de lo que inicialmente se pretendía;
- 4) existe un deseo persistente o esfuerzos infructuosos de controlar o interrumpir el consumo de la sustancia;
- 5) se emplea mucho tiempo en actividades relacionadas con la obtención de la sustancia (p. ej., visitar a varios médicos o desplazarse largas distancias), en el consumo de la sustancia (p. ej., fumar un pitillo tras otro) o en la recuperación de los efectos de la sustancia;
- 6) reducción de importantes actividades sociales, laborales o recreativas debido al consumo de la sustancia;
- 7) se continúa tomando la sustancia a pesar de tener conciencia de problemas psicológicos o físicos recidivantes o persistentes, que parecen causados o exacerbados por el consumo de la sustancia.

Diagnostic and statistical manual of mental disorders, 4th ed., 1994

9c) dependencia de la nicotina

(305.10) ... La tolerancia a la nicotina se manifiesta como ausencia de náuseas, mareos u otros síntomas característicos pese al consumo de cantidades sustanciales de nicotina, o bien como una disminución de sus efectos observables tras un consumo continuado de la misma cantidad de producto que contiene nicotina. La suspensión del consumo de nicotina produce un síntoma de abstinencia claramente definido... Muchas personas que consumen nicotina lo hacen para aliviar o evitar los síntomas de abstinencia cuando se despiertan por las mañanas, o al término de una situación en que su consumo está restringido (por ejemplo, en el trabajo o en un avión). Las personas que fuman y otras que consumen nicotina probablemente se percaten de que agotan su provisión de cigarrillos o de otros productos que contienen nicotina más aprisa de lo que inicialmente se proponían. Aunque más de un 80% de las

personas que fuman expresan su deseo de dejar de fumar y un 35% tratan de lograrlo cada año, menos de un 5% lo consiguen sin ayuda. La dedicación de grandes cantidades de tiempo al uso de la sustancia tiene su mejor ejemplo en los fumadores incesantes. Dado que el acceso a la nicotina es fácil y está permitido por la ley, rara vez se invertirían grandes cantidades de tiempo en conseguir nicotina. El abandono de actividades sociales, ocupacionales o recreativas puede suceder cuando una persona renuncia a una actividad por el hecho de que se desarrolle en áreas donde está restringido fumar. El consumo continuado a sabiendas de que fumar acarrea problemas médicos es un problema de salud particularmente importante (por ejemplo, en una persona que sigue fumando a pesar de padecer una dolencia inducida por el tabaco, como bronquitis o enfermedades pulmonares obstructivas crónicas).

Diagnostic and statistical manual of mental disorders, 4th ed., 1994

9d) síndrome de dependencia

Conjunto de manifestaciones comportamentales, cognitivas y fisiológicas que se desarrollan tras un consumo repetido, y que suelen consistir en un intenso deseo de consumir tabaco, dificultad para controlar ese consumo, persistencia en éste pese a sus consecuencias graves, asignación de mayor prioridad al consumo de tabaco que a otras actividades y obligaciones, aumento de la tolerancia y, en ocasiones, un estado físico de abstinencia.

Adaptada de la Clasificación Internacional de Enfermedades, 10ª revisión (CIE-10), 1992

10. país desarrollado/en desarrollo

Nota de la secretaría del ONI

No existe en el sistema de las Naciones Unidas una convención establecida con respecto a la designación de los países o áreas «desarrollados» ni «en desarrollo». Por lo común, el Japón en Asia, el Canadá y los Estados Unidos en América del Norte, Australia y Nueva Zelandia en Oceanía, junto con Europa occidental, se consideran regiones o áreas «desarrolladas». En las estadísticas del comercio internacional, la Unión Aduanera de África del Sur se considera también una región desarrollada, e Israel un país desarrollado; los países resultantes de la antigua Yugoslavia están considerados países en desarrollo; y los países de la Europa oriental y de la Comunidad de Estados Independientes no están incluidos en el grupo de las regiones desarrolladas ni en el de las regiones en desarrollo. La Asamblea General de las Naciones Unidas, atendiendo a la recomendación del Comité de Política de Desarrollo, decide qué países han de incorporarse en la lista de países menos adelantados. Puede obtenerse información sobre estas clasificaciones en la siguiente dirección de Internet: <http://www.un.org/Depts/unsd/methods/m49groupe.htm>

Dada la dificultad de definir las expresiones «país desarrollado» y «país en desarrollo», puede ser de interés para el Órgano de Negociación Intergubernamental la clasificación de los países por ingresos según el Banco Mundial. Las economías se clasifican a tenor de su ingreso nacional bruto (INB) en 2000, calculado aplicando el método del Atlas del Banco Mundial. Esos grupos corresponden a: bajos ingresos (US\$ 755 o menos); ingresos medios inferiores (entre US\$ 756 y US\$ 2995); ingresos medios superiores (entre US\$ 2996 y US\$ 9265); e ingresos altos (US\$ 9266 o más). En textos generales de los informes del Banco Mundial se ha utilizado el término «economías en desarrollo» para referirse al conjunto de las economías de ingresos bajos y medios. En diversas notas de las publicaciones del Banco Mundial sobre la clasificación de las economías, se señala que

la expresión «economías en desarrollo» no significa que todas las economías pertenecientes a ese grupo estén en un proceso efectivo de desarrollo, ni que las demás hayan llegado necesariamente a una etapa preferible o final de desarrollo. Puede obtenerse información sobre estas clasificaciones en la siguiente dirección de Internet: <http://www.worldbank.org/data/databytopic/class.htm>

La definición de «países en desarrollo» utilizada en el Informe sobre Desarrollo Humano, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, abarca todos los países con indicadores de desarrollo humano (162 en total), a excepción de la Europa oriental y de la Comunidad de Estados Independientes, así como de los países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos con alto nivel de ingresos. Puede obtenerse información sobre esos indicadores en el Informe sobre Desarrollo Humano de este año, en <http://www.undp.org/hdr2001/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Informe sobre Desarrollo Humano, 2001

* **publicidad directa**

Véase **publicidad**.

11. distribuidor

Intermediario que distribuye productos principalmente a usuarios comerciales o profesionales.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Sinónimo de vendedor al por mayor o mayorista: individuo que compra y vende mercancías a vendedores al detalle y otros usuarios, pero que no vende a los consumidores en cantidades considerables. Los mayoristas de servicio integral proporcionan servicios tales como el traslado de mercancía, el mantenimiento de equipos de venta y el ofrecimiento de servicios de gestión y de garantía de crédito a los compradores; los mayoristas de servicio limitado son aquellos que ofrecen algunos de esos servicios solamente.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Firma o individuo, particularmente si es mayorista, que vende o entrega mercancías a clientes como, por ejemplo, los comercios de venta al detalle. Los distribuidores hacen de intermediarios entre los fabricantes y los vendedores al detalle. Mantienen un almacén con mercancías, que frecuentemente han sido compradas a muy diversos fabricantes y que son después vendidas (o distribuidas) a diversos vendedores al detalle.

Imber J, Toffler BA. Dictionary of advertising and direct mail terms, 1987

Toda persona que hace llegar la distribución de cigarrillos o de tabaco no destinado a ser fumado, tanto de origen nacional como importado, desde algún punto del lugar en que se ha fabricado hasta la persona que vende o distribuye ese producto a otras personas para su consumo personal. A los efectos de esta ley, los transportistas no están considerados como distribuidores.

USA, 107th Congress, Senate Bill 190 (introducida el 25 de enero de 2001). A bill to amend the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act to grant the Secretary of Health and Human Services the authority to regulate tobacco products, and for other purposes. Remitida al Comité del Senado el 25 de enero de 2001

11a) distribución

La expresión «venta o distribución» designa el envío de muestras o cualquier otro tipo de distribución cuya finalidad no sea la venta.

US Code, Title 15, Section 4408. Commerce Trade - Comprehensive Smokeless Tobacco Health Education

12. libre de derechos de aduana/libre de impuestos

Artículos no afectados por ningún derecho de aduana [se entiende por «derecho»: 1) un impuesto efectivamente recaudado; afecta al volumen real de las ventas; 2) un impuesto a la importación, a la exportación o al consumo de mercancías].

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Definición presentada por Australia

Se entiende por «venta libre de derechos de aduana/libre de impuestos de productos del tabaco» la venta de cigarrillos y productos del tabaco producidos localmente con exención de impuestos o de derechos de aduana a personas que viajan a otro país o países; las ventas con exención de impuestos o de derechos de aduana a diplomáticos y cónsules; la venta a determinado personal militar con exención de gravámenes.

Schedule to the Excise Tariff Act 1921 (Commonwealth)

Todo producto del tabaco exento de gravámenes de aduana y de otros impuestos que normalmente serían aplicables y que se vende legalmente al público o a determinados grupos.

Preparada por la secretaría del ONI

Nota de la secretaría del ONI

Las definiciones siguientes pueden ser útiles a los efectos de estudiar una definición apropiada de «libre de derechos de aduana/libre de impuestos»:

Se entenderá por «derechos de aduana» los derechos establecidos en el arancel aduanero a los que quedan sujetas las mercancías que entran o salen del territorio aduanero.

*Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (18 de mayo de 1973), revisado en junio de 1999
[Convenio de Kyoto revisado]*

Se entenderá por «derechos e impuestos» los derechos e impuestos a la importación o los derechos e impuestos a la exportación.

*Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (18 de mayo de 1973), revisado en junio de 1999
[Convenio de Kyoto revisado]*

Se entenderá por «derechos e impuestos a la importación» los derechos de aduana y los demás derechos, impuestos o gravámenes recaudados a la importación de mercancías o en relación con ella, con excepción de cualquier carga cuyo importe se limite al coste aproximado de los servicios prestados o percibidos por la aduana en nombre de otra autoridad nacional.

*Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (18 de mayo de 1973), revisado en junio de 1999
[Convenio de Kyoto revisado]*

Se entenderá por «exoneración de derechos de impuestos a la importación» la importación de mercancías para el consumo con exoneración de los derechos y los impuestos a la importación, independientemente de su clasificación arancelaria normal o del monto de los derechos e impuestos que les sean normalmente exigibles, a condición que hayan sido importadas bajo determinadas condiciones y con una finalidad definida.

*Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (18 de mayo de 1973), revisado en junio de 1999
[Convenio de Kyoto revisado]*

Se entenderá por «importación para el consumo», el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas pueden entrar en libre circulación dentro del territorio aduanero, previo pago de los derechos e impuestos a la importación exigibles y cumplimiento de todas las formalidades aduaneras necesarias.

*Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (18 de mayo de 1973), revisado en junio de 1999
[Convenio de Kyoto revisado]*

Se entenderá por «derechos e impuestos a la exportación» los derechos de aduana y los demás derechos, impuestos o gravámenes recaudados a la exportación de mercancías o en relación con ella, con excepción de cualquier carga cuyo importe se limite al coste aproximado de los servicios prestados o percibidos por la aduana en nombre de otra autoridad nacional.

*Convenio internacional para la simplificación y armonización de los regímenes aduaneros (18 de mayo de 1973), revisado en junio de 1999
[Convenio de Kyoto revisado]*

13. humo de tabaco ambiental

Una forma específica de contaminación del aire por la combustión de tabaco, y especialmente el humo colateral. Está confirmado que el humo de tabaco ambiental es cancerígeno.

Last JM. A dictionary of epidemiology, 3rd ed., 1995

Humo que una persona inhala de una procedencia distinta de la inhalación directa de humo de un cigarrillo. Está constituido por el humo que exhala el fumador (humo de segunda mano); el que desprende el extremo encendido del cigarrillo (humo colateral); y el que se filtra a través del papel y del filtro del cigarrillo encendido (humo lateral).

Guidelines for controlling and monitoring the tobacco epidemic, Ginebra, OMS, 1998

Inhalación involuntaria de humo de tabaco proveniente de otra persona que fuma.

Lexicon of alcohol and drug terms, Ginebra, OMS, 1994

El humo de tabaco ambiental (HTA) se denomina también «humo de segunda mano», o «humo ajeno» y la exposición a ese humo se suele utilizar como sinónimo de «fumar involuntariamente» o de «tabaquismo pasivo». El humo de tabaco ambiental proviene de la brasa de un cigarrillo u otro producto del tabaco y de los fumadores que lo exhalan. Otras aportaciones secundarias son: el humo que escapa cuando el fumador inhala, y ciertos componentes en fase de vapor que se difunden por el ambiente. Una vez liberados en el entorno del fumador, sus componentes se diluyen en el aire ambiental, se difunden en él y son transportados a través de éste. Estos componentes del humo pueden también sumarse a otros componentes del aire, y acentuar su envejecimiento y su cambio de carácter. Esta compleja mezcla se define como humo de tabaco ambiental, y su inhalación, como exposición al humo de tabaco ambiental. En cierto sentido, esta definición puede ser demasiado restrictiva a la hora de evaluar los efectos derivados de la exposición prenatal. Dado que el feto no puede fumar activamente, toda su exposición a los componentes del humo del tabaco es «pasiva» o «involuntaria». En el presente informe, sin embargo, la exposición del feto por efecto del tabaquismo materno durante el embarazo no se considera como exposición al HTA.

California Environmental Protection Agency. Health Effects of Exposure to Environmental Tobacco Smoke, Final Report, septiembre de 1997

Mezcla de humo exhalado directamente, envejecido y diluido, y mezcla de humo colateral envejecido y diluido.

Organización Internacional de Normalización. Tobacco Control. Committee 126, N 656

El HTA se compone de humo exhalado directamente por el fumador, humo colateral emitido por la brasa del tabaco entre una y otra calada, contaminantes emitidos al aire durante la calada, y contaminantes que se difunden a través del papel del cigarrillo y por las comisuras de los labios entre una y otra calada.

1992 US Environmental Protection Agency risk assessment on environmental tobacco smoke

Combinación de humo colateral y humo exhalado directamente, que se diluye y envejece en un espacio en el que se ha fumado. El humo colateral es el aerosol proveniente de la brasa del cigarrillo, cigarro o pipa entre una calada y la siguiente; «humo inhalado directamente» es el término aplicado a la compleja mezcla inhalada por el fumador por la embocadura de un cigarrillo, cigarro o pipa a cada calada.

US Department of Health and Human Services. The health consequences of involuntary smoking: a report of the Surgeon General, Washington DC, 1986, p. 23

El HTA se genera por la combustión de productos del tabaco. Es una compleja mezcla de más de 4000 componentes. Entre ellos, más de 40 agentes cancerígenos humanos reconocidos o presuntos, como los 4-aminobifenilos, 2-naftilamina, benceno, níquel, y diversos PAH y N-nitrosaminas. Están también presentes varios irritantes, como amoníaco, óxidos de nitrógeno, dióxido de azufre, diversos aldehídos, y agentes tóxicos cardiovasculares, como el monóxido de carbono o la nicotina.

Air Quality Guidelines for Europe, 2nd ed., Copenhagen, Oficina Regional de la OMS para Europa, 2001

Definición presentada por Australia

Combinación del humo exhalado por el fumador y del humo colateral proveniente del extremo encendido del cigarrillo. Es sinónimo de humo fumado pasivamente.

*Review of Health Warnings on Tobacco Products in Australia: Discussion Paper.
Commonwealth Department of Health and Aged Care*

Definición presentada por Australia

Las dos fuentes del humo ambiental son el humo colateral que pasa directamente al aire desde la brasa del tabaco entre una y otra calada y, en segundo lugar, el humo exhalado por los fumadores. El humo colateral es el compuesto predominante en el humo ambiental, y contiene concentraciones mucho más elevadas de nicotina, amoníaco, benceno, monóxido de carbono y diversos agentes cancerígenos que las del humo inhalado.

*Información tomada de: Demand reduction: a glossary of terms.
United Nations Office of Drug Control and Crime Prevention Studies, New York, 2000*

Definición presentada por Australia

La expresión alternativa «contaminación por humo de tabaco» forma parte de la brillante terminología utilizada por los defensores de la lucha antitabáquica y los políticos para describir el humo de tabaco ambiental (o humo fumado pasivamente, o humo de segunda mano). Se ha acuñado esta expresión porque destaca correctamente que el humo de tabaco es contaminante, en lugar de algo inerte, como sugiere la expresión «humo de tabaco ambiental», acuñada por la industria del tabaco.

Información proporcionada por el Department of Health and Human Services, Tasmania

Definición presentada por Australia

La expresión alternativa «humo de segunda mano» se utiliza en algunos países para designar el humo fumado pasivamente o el humo de tabaco ambiental.

Información proporcionada por el Department of Health and Human Services, Tasmania

Humo proveniente de la combustión de tabaco, inhalado o susceptible de ser inhalado por una persona distinta del fumador. El término abarca tanto el humo inhalado directamente como el humo colateral. El humo inhalado directamente es el proveniente de la combustión de productos del tabaco inhalado directamente por los fumadores y seguidamente exhalado al ambiente. El humo colateral es el humo incorporado al ambiente por efecto de la combustión de productos del tabaco sin haber sido inhalado por el fumador.

Preparada por la secretaría del ONI

13a)

La exposición diaria total de un individuo a la contaminación del aire es la suma de los diferentes contactos con la contaminación del aire experimentados por un individuo como consecuencia de su paso por una serie de ambientes a lo largo del día (denominados también «microambientes»; por ejemplo, en el hogar, durante los desplazamientos al trabajo, en la calle, etc.).

Guidelines for Air Quality, Ginebra, OMS, 2000, p. 11

13b) exposición

Situación consistente en estar sujeto a algo (por ejemplo, agentes infecciosos, condiciones extremas, meteorológicas o de radiación) que pudiera tener un efecto nocivo.

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 2000

Proximidad y/o contacto con una fuente de un agente patógeno, de tal manera que éste pueda transmitirse efectivamente o provocar efectos nocivos.

Stedman's medical dictionary, 26th ed., 2000

13c) inhalación de humo pasiva

La expresión «tabaquismo pasivo», también denominado de manera intercambiable «exposición al humo de tabaco ambiental» y «tabaquismo involuntario», describe la inhalación involuntaria de una mezcla del humo producido directamente por la combustión del tabaco con el humo exhalado por los fumadores. Esta mezcla contiene numerosos compuestos que son farmacológicamente activos, tóxicos, mutágenos o carcinógenos y sumamente irritantes.

*Proyectos de elementos de Convenio marco de la OMS para la lucha antitabáquica
(documento A/FCTC/INB1/2, 26 de julio de 2000)*

Inhalación de humo de un cigarrillo por los no fumadores cercanos a los fumadores o presentes en el mismo recinto en que están éstos o en que se quema tabaco.

Modeste N. Dictionary of public health promotion and education, 1996

Definición presentada por Australia

Inhalación del subproducto de cigarrillos fumados, incluidos el humo producido por la combustión del producto del tabaco y de su envoltorio, y el humo exhalado por el consumidor del producto del tabaco.

Proporcionada por el Department of Health and Aged Care

Definición presentada por Australia

La inhalación de humo de tabaco por una persona que no está fumando se denomina «tabaquismo pasivo», y el humo inhalado de esa manera se conoce como «humo de tabaco ambiental».

*Definición tomada de: Demand reduction: a glossary of terms.
United Nations Office of Drug Control and Crime Prevention Studies, New York, 2000*

La inhalación de humo de tabaco por quienes no están fumando se ha venido denominando «tabaquismo pasivo» o «tabaquismo involuntario».

*US Department of Health and Human Services. The health consequences of involuntary smoking:
a report of the Surgeon General, Washington, DC, 1986*

Inhalación involuntaria de humo de tabaco ambiental.

Preparada por la secretaría del ONI

14. suministrar

Vender, prestar, asignar, dar o enviar, con o sin consideración, o bien trocar o entregar a otra persona a cambio de la prestación de un servicio.

Government of Canada Tobacco Act, 1997

15. tabaco liado a mano

Se entiende por «tabaco de liar» cualquier tipo de tabaco que, por su aspecto, tipo, envase o etiquetado, se preste para ser utilizado y ser ofrecido a los consumidores, o comprado por éstos, como tabaco para confeccionar cigarrillos.

*US Code: Title 26, Section 5702 Internal Revenue Code -
Alcohol, Tobacco, and Certain Other Excise Taxes*

16. armonización

«Armonización» significa lo siguiente:

«Cuando sean necesarios reglamentos técnicos y existan normas internacionales pertinentes o sea inminente su formulación definitiva, los Miembros utilizarán esas normas internacionales, o sus elementos pertinentes, como base de sus reglamentos técnicos, salvo en el caso de que esas normas internacionales o esos elementos pertinentes sean un medio ineficaz o inapropiado para el logro de los objetivos legítimos perseguidos, por ejemplo a causa de factores climáticos o geográficos fundamentales o problemas tecnológicos fundamentales.»

OMC, Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, 1994, artículo 2.4

Acción de concertar, acordar o concordar.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

17. (factor de) riesgo para la salud

Todo objeto, sustancia o situación que pueda tener efectos adversos sobre la salud.

Preparada por la secretaria del ONI

Factor de exposición que pudiera afectar adversamente a la salud.

Last JM. A dictionary of epidemiology, 3rd ed., 1995

18. promoción de la salud

La promoción de la salud consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma. Para alcanzar un estado adecuado de bienestar físico, mental y social un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y realizar sus aspiraciones, de satisfacer sus necesidades y de cambiar o adaptarse al medio ambiente. La salud se percibe pues, no como el objetivo, sino como la fuente de riqueza de la vida cotidiana. Se trata por tanto de un concepto positivo que acentúa los recursos sociales y personales así como las aptitudes físicas. Por consiguiente, dado que el concepto de salud como bienestar trasciende la idea de formas de vida sanas, la promoción de la salud no concierne exclusivamente al sector sanitario.

Carta de Ottawa para la promoción de la salud. Primera Conferencia Internacional de Promoción de la Salud. Ottawa, 17-21 de noviembre de 1986 (documento WHO/HPR/HEP/95.1)

Proceso consistente en capacitar a las personas para que ejerzan un mayor control sobre su salud y la mejoren. Se refiere al conjunto de la población en el contexto de la vida cotidiana, más que a las personas con riesgo de padecer determinadas enfermedades, y está orientada a la actuación sobre los factores determinantes o las causas de la salud.

Last JM. A dictionary of epidemiology, 3rd ed., 1995

Utilización combinada de actividades de educación para la salud y de intervenciones específicas... en el nivel primario de prevención, con el fin de facilitar cambios comportamentales y ambientales que conduzcan a una mejora de la salud. La promoción de la salud tiene por objeto ayudar a las personas a cambiar sus modos de vida mediante la participación pública en una conjunción de esfuerzos por crear una mayor conciencia y un entorno propicio para la salud de la población.

Modeste N. Dictionary of public health promotion and education, 1996

19. riesgo para la salud

Probabilidad de que se produzca un suceso (por ejemplo, que un individuo enferme o fallezca) en un periodo de tiempo o a una edad determinados. Además, es una expresión no técnica que abarca diversos indicadores de la probabilidad de que se produzca un resultado (generalmente) desfavorable.

Last JM. A dictionary of epidemiology, 3rd ed., 1995

Probabilidad de que se produzca un resultado desfavorable.

Verna D. Dictionary of health care terms, 1998

Peligro o elemento de riesgo, probabilidad de sufrir daño o de otro desenlace desfavorable.

Dorland's illustrated medical dictionary, 29th ed., 2000

20. fabricación ilícita

Fabricación: conversión de materias primas en un producto acabado mediante un proceso mecánico, eléctrico o químico (es decir, no manual).

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

21. comercio ilícito

Definición presentada por el Canadá

Fabricación de productos del tabaco:

- i) utilizando productos de contrabando;
- ii) sin licencia de una autoridad competente del Estado Parte en que tiene lugar la fabricación; o bien
- iii) sin dotar de marca al producto del tabaco en el momento de la fabricación, de conformidad con lo dispuesto en el presente Convenio.

Adaptado de: Convención Interamericana contra la Fabricación y el Tráfico Ilícitos de Armas de Fuego, Municiones, Explosivos y otros Materiales Relacionados (14 de noviembre de 1997)

Definición presentada por Australia

Transacción o comercio ilegal de productos básicos (tabaco) en el interior, a través o en el exterior de las fronteras de un país. Es sinónimo de tráfico ilícito.

Definición presentada por Australia

Transacción o tratos efectuados con un producto básico o mercancías ilícitos, en este caso tabaco. Puede abarcar la importación y la exportación, así como la posesión con fines de venta o de suministro a terceros.

Información tomada de: Demand reduction: a glossary of terms. United Nations Office of Drug Control and Crime Prevention Studies, New York, 2000

Intercambio ilegal de bienes y/o servicios.

Preparada por la secretaría del ONI

* **publicidad indirecta**

Véase **publicidad**.

22. ingredientes

El término «ingrediente», referido a cigarrillos o a productos de tabaco sin humo, designa toda sustancia, producto químico o compuesto (distinto del tabaco, del agua o de la hoja de tabaco reconstituida hecha enteramente de tabaco) añadido, o cuya adición esté especificada por un fabricante, al tabaco, papel o filtro de un cigarrillo, o al tabaco de un producto de tabaco sin humo, incluidos aromatizantes, coadyuvantes de elaboración, mezclas envolventes, conservantes y modificadores de la combustión.

Senate Bill 190 (introduced 25 January 2001). A bill to amend the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act to grant the Secretary of Health and Human Services the authority to regulate tobacco products, and for other purposes. Referred to Senate Committee 25 January 2001

Se entiende por «ingrediente» toda sustancia o constituyente, excepto la hoja de tabaco y otras partes de la planta de tabaco naturales o no elaboradas utilizadas en la fabricación o preparación de un producto del tabaco y todavía presentes en el producto acabado, aunque sea en forma alterada, incluidos el papel, el filtro, las tintas y los adhesivos.

Directive 2001/37/EC of the European Parliament and of the Council of 5 June 2001 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning the manufacture, presentation and sale of tobacco products, Article 2(5)

Definición presentada por Australia

El término «ingredientes de los productos del tabaco» hace referencia al contenido del tabaco y de los productos del tabaco. Es sinónimo de contenido de los productos del tabaco.

Definición presentada por Australia

El término «ingredientes de los productos del tabaco» hace referencia a las sustancias tanto del tabaco como de otro tipo utilizadas en la fabricación de cigarrillos.

Voluntary Agreement for the Disclosure of Cigarettes, December 2000

Cualquier cosa contenida en un producto del tabaco, incluidas materias primas, aditivos y excipientes.

Preparada por la secretaria del ONI

23. tratamiento

«Tratamiento de la dependencia del tabaco» comprende (separadamente o en combinación) intervenciones comportamentales y farmacológicas tales como la educación, breves sesiones de consejo y asesoramiento, el apoyo intensivo, la administración de productos farmacéuticos, u otras intervenciones que contribuyen a reducir y a superar la dependencia del tabaco en las personas individualmente y en la población en su conjunto.

*Segunda reunión del grupo de trabajo sobre el Convenio marco de la OMS para la lucha antitabáquica, 15 de febrero de 2000. Posibles temas de los protocolos iniciales.
Documento A/FCTC/WG2/4*

«Tratamiento» es un término amplio que abarca todas las medidas adoptadas para conseguir la curación de una herida o enfermedad, y en particular el examen y el diagnóstico, así como la aplicación de remedios.

Black's law dictionary, 5th ed., 1999

24. cooperación internacional

Definición presentada por Australia

Compartición de asistencia en especie, conocimientos e información entre Estados miembros que son Partes en el CMLA.

Proporcionada por el Department of Health and Aged Care

25. etiqueta

Parte de un artículo que proporciona a los compradores información sobre dicho artículo.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising (1995)

Marbete o producto que identifica el contenido del envase, pero que sirve también como medio publicitario.

Imber J, Toffler BA. Dictionary of advertising and direct mail terms (1987)

Definición presentada por Australia

Se entiende por «etiquetado del tabaco» todo texto, imagen fija, signo, símbolo u otra imagen visual, o toda combinación de dos o más de esos recursos en el envase del tabaco.

Adaptado de Tobacco Advertising Prohibition Act 1992 (Commonwealth)

Definición presentada por China

Se entiende por «etiqueta» las palabras o imágenes presentes en el envase de los productos del tabaco a efectos de identificación de la marca comercial, el productor, el número de productos del tabaco contenidos en el envase, los tipos de productos, el contenido de alquitrán y las advertencias de salud.

Documento del Gobierno de China sobre el particular

Toda marca (incluidos textos, signos, símbolos u otros mensajes visuales) puesta en un producto para identificarlo, para describir su contenido, o para transmitir información al respecto conforme considere apropiado el fabricante o conforme estipule la ley.

Preparada por la secretaría del ONI

26. licencia**Definición presentada por China**

Se entiende por «licencia» el certificado otorgado por la autoridad competente de una Parte en conformidad con las leyes y los reglamentos correspondientes para permitir que empresas, organizaciones o individuos calificados para ello se dediquen a la producción o la venta, mayorista o al detalle, de tabaco y de productos del tabaco.

Documento del Gobierno de China sobre el particular

Certificado otorgado por una autoridad competente de conformidad con las leyes y reglamentos correspondientes, para permitir que empresas, organizaciones, instituciones o individuos calificados para ello se dediquen a la producción, venta mayorista o al detalle, o distribución de tabaco o de productos del tabaco.

Preparada por la secretaria del ONI

27. medidas**Definición presentada por el Canadá**

Se entiende por «medidas» toda ley, reglamento, procedimiento, requisito o práctica de naturaleza legislativa, ejecutiva o administrativa.

Adaptada de North American Free Trade Agreement, 1993, Article 201

27a) medidas no relacionadas con los precios**Definición presentada por Australia**

Pueden consistir en leyes que exijan un permiso o licencia gubernamental para dedicarse a la producción de hoja de tabaco y a la fabricación, almacenamiento o transporte de cigarrillos o de productos del tabaco.

Australian Excise Act 1901 (Commonwealth) and associated acts and regulations

27b) medidas relacionadas con los precios

Toda ley, reglamento, procedimiento, requisito o práctica de naturaleza legislativa, ejecutiva o administrativa que afecte al precio de un producto.

Preparada por la secretaria del ONI

Definición presentada por Australia

Mecanismos mediante los que los gobiernos pueden influir en el precio de los productos del tabaco. Los gobiernos pueden aplicar impuestos a los cigarrillos y productos del tabaco con la intención de mantener los precios elevados, o aumentar los precios para disuadir de su consumo. Los derechos de aduana

aplicados a los productos fabricados localmente y los derechos de aduana aplicados a los productos importados son impuestos que afectan al precio de venta al por menor de los cigarrillos y de los productos del tabaco.

Background paper: A companion document to the National Tobacco Strategy 1999 to 2002, pp. 15-16 (Australia)

28. descriptores que inducen a confusión

Todo elemento de información falso o engañoso, o que pueda crear una impresión errónea con respecto a las características, efectos sobre la salud o elementos de riesgo para la salud de un producto del tabaco o de sus emisiones.

Preparada por la secretaría del ONI

Nadie podrá promover un producto del tabaco valiéndose de medios, incluido el envasado, que impliquen falsedad, confusión o engaño, o que puedan crear una impresión errónea con respecto a las características, los efectos sobre la salud o los elementos de riesgo para la salud del producto del tabaco o de sus emisiones.

Canadian Federal Tobacco Act (1997), clause 20

Nadie podrá negociar, vender, ofrecer para su venta, distribuir, anunciar o promover el uso de tabaco de manera tal que el consumidor o comprador de tabaco resulte engañado o inducido a confusión con respecto a su carácter, toxicidad, composición, ventajas o inocuidad.

British Columbia, Tobacco Sales Act (amended 1996), clause 2(1)(b)

29. nicotina

Definición presentada por Australia

La nicotina se define como un alcaloide y es la principal sustancia psicoactiva del tabaco. Tiene efectos estimulantes y subjetivamente relajantes. Tiene un efecto alterador en algunos individuos, aumentando la capacidad de concentración. En otros reduce la ansiedad y la irritabilidad.

Definición tomada de: Demand reduction: a glossary of terms. United Nations Office of Drug Control and Crime Prevention Studies, New York, 2000

29a) ingesta de nicotina

Definición presentada por Australia

Cantidad de nicotina que penetra en el organismo cuando una persona fuma un cigarrillo.

Review of health warnings on tobacco products in Australia: discussion paper Commonwealth Department of Health and Aged Care

29b) emisión de nicotina**Definición presentada por Australia**

Cantidad media de nicotina extraída de un cigarrillo al fumar, medida con arreglo a los métodos de análisis de la Organización Internacional de Normalización.

*Review of health warnings on tobacco products in Australia: discussion paper
Commonwealth Department of Health and Aged Care*

Definición presentada por Australia

Los términos emisión (*yield*), captación (*delivery*) y contenido (*content*) de los cigarrillos se utilizan a menudo como sinónimos incorrectamente, lo que contribuye a extender la creencia de que el adjetivo «bajo» califica el «contenido de alquitrán» y el «riesgo».

Información proporcionada por el Department of Health and Human Services, Tasmania, based on "Advancing Knowledge on Regulating Tobacco Products", Ginebra, OMS, 2001, p. 17

*** medidas no relacionadas con los precios**

Véase **medidas**.

30. envase

Recipiente o envoltorio utilizado para presentar por separado artículos de mercancía para su venta o para su envío a los compradores.

Imber J, Toffler BA. Dictionary of advertising and direct mail terms, 1987

Definición presentada por Australia

Todo recipiente, receptáculo o envoltorio utilizado para contener productos del tabaco.

Proporcionada por el Commonwealth Department of Health and Aged Care

Definición presentada por China

Envoltorio o envase de un producto del tabaco, destinado a protegerlo de la humedad y a mantener su calidad, y en particular a conservar el agua y el aroma.

Documento del Gobierno de China sobre el particular

30a) envase

Recipiente, receptáculo o envoltorio en que se vende un producto del tabaco.

Government of Canada Tobacco Act, (1997, c.13). An Act to regulate the manufacture, sale, labelling and promotion of tobacco products to make consequential amendments to another Act and to repeal certain Acts [Assented to 25 April 1997]

Paquete, caja, cartón o recipiente de cualquier tipo en que los cigarrillos son ofrecidos para su venta, vendidos o distribuidos por otro medio a los consumidores.

*US Code: Title 15, Section 1332. Commerce and Trade -
Cigarette labelling and advertising*

Paquete, caja, cartón, petaca o recipiente de cualquier tipo en que los productos de tabaco sin humo son ofrecidos para su venta, vendidos, o distribuidos por otro medio a los consumidores.

*US Code: Title 15, Section 4408. Commerce and Trade -
Comprehensive Smokeless Tobacco Health Education*

Definición presentada por Australia

Abarca:

- a) una caja, cartón, cilindro, paquete, petaca o lata, y
- b) un envoltorio distinto del envoltorio externo transparente.

Public Health Act, 1991, New South Wales

30b) envase al por menor

Definición presentada por Australia

- 1) En el presente Reglamento, el término «envase al por menor»
 - a) designa un envase utilizado para vender el tabaco en el comercio de venta al detalle; y
 - b) con sujeción al apartado (2), cuando hay varios envases integrados en otro mayor (por ejemplo, paquetes de cigarrillos dentro de un cartón), y el conjunto es puesto a la venta al por menor como una sola unidad, el término abarca tanto el envase mayor como el envase menor.
- 2) En el presente Reglamento, el término «envase al por menor» no incluye:
 - a) las cajas de muestra que no se vendan con el tabaco que exhiban; o bien
 - b) los envoltorios o recipientes que contengan un solo cigarrillo.
- 3) Para los fines de este Reglamento, si un envase al por menor suele venderse protegido por un envoltorio (en particular, aunque no únicamente, un envoltorio transparente) que normalmente se retira del envase al abrir éste, se considera que ese envoltorio no forma parte del envase al por menor.

*Australian Trade Practices (Consumer Product Information Standards)
(Tobacco) Regulations 1994*

31. partes

Definición presentada por China

Por «Parte» se entiende un Estado u organización de integración económica regional que haya consentido en someterse a las obligaciones establecidas en el presente Convenio y en los que el Convenio esté en vigor.

Convenio de Rotterdam para la aplicación del procedimiento de consentimiento fundamentado previo a ciertos plaguicidas y productos químicos peligrosos objeto de comercio internacional (disponible para su firma desde el 11 de septiembre de 1998)

Estados u organizaciones regionales de integración económica que han devenido Partes en el presente Convenio.

Preparada por la secretaria del ONI

32. partes presentes y votantes

Definición presentada por China

Por «Partes presentes y votantes» se entiende las Partes presentes que emitan un voto afirmativo o negativo.

Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (9 de mayo de 1992)

Partes que emiten votos válidos a favor o en contra. Los Miembros que se abstienen de votar son considerados como no votantes.

Tomada (por la secretaria del ONI) del Reglamento de la Asamblea Mundial de la Salud

* tabaquismo pasivo

Véase **humo de tabaco ambiental**.

33. pictograma

Los pictogramas deberán ser lo más simples posible, y deberían contener únicamente detalles esenciales... Los pictogramas utilizados pueden ser ligeramente diferentes o más detallados que los que se indican en la sección 3, a condición de que transmitan el mismo significado y de que no haya ninguna diferencia o adaptación que oscurezca ese significado.

European Council Directive 92/58/EEC of 24 June 1992 on the minimum requirements for the provision of safety and/or health signs at work (ninth individual Directive within the meaning of Article 16(1) of Directive 89/391/EEC)

Símbolo gráfico utilizado para denotar de manera simplificada un concepto positivo (recomendación) o negativo (advertencia) con objeto de evocar determinadas particularidades de él.

Preparada por la secretaria del ONI

Símbolo que comunica los elementos de riesgo para la salud asociados al tabaquismo, expresados mediante una imagen o una serie de imágenes.

Preparada por la secretaría del ONI

34. prevalencia

Número de casos de una enfermedad o un problema de salud determinado en una población dada y en un momento dado; el término designa a veces la tasa de prevalencia. Cuando se utiliza sin otros elementos que la califiquen, suele hacer referencia a la situación existente en un momento especificado (prevalencia puntual).

Last JM, ed. A dictionary of epidemiology, 3rd ed., 1995

Definición presentada por Australia

Proporción de una población o subpoblación definida que consume productos del tabaco con una frecuencia igual o superior a un valor definido, expresada para los adultos en función del consumo hecho la mayoría de los días, y para los niños y adolescentes, normalmente, en función del consumo durante la semana o mes precedente.

Definición proporcionada por un asesor técnico de la delegación australiana

* **medidas relacionadas con los precios**

Véase **medidas**.

35. prohibición

Ley u orden que prohíbe determinada acción.

Black's law dictionary, 7th ed., 1999

La expresión «prohibición de mercancías» hace referencia a las mercancías cuya importación o exportación está prohibida por la ley.

*Glossary of international customs terms, Annex V to Document PW0040EO.
World Customs Organization Permanent Technical Committee
(Definición adoptada provisionalmente por la Organización Mundial de Aduanas)*

«Restricciones de mercancías»: el término «restricciones» denota un requisito legal en virtud de una ley que obliga a presentar y aprobar una solicitud u otro documento (aparte de los presentados con fines aduaneros) como condición previa para la importación o exportación.

*Glossary of international customs terms, Annex V to Document PW0040EO.
World Customs Organization Permanent Technical Committee
(Definición adoptada provisionalmente por la Organización Mundial de Aduanas)*

36. promoción

Estímulo de la demanda de mercancías mediante anuncios, publicidad y actos especiales para atraer la atención y suscitar interés entre los consumidores.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Toda técnica que transmita a compradores en potencia, en términos persuasivos, información favorable sobre un producto de un vendedor; incluye la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas y las relaciones públicas.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Representación relativa a un producto o servicio por un medio cualquiera, tanto directa como indirectamente, incluida toda comunicación de información sobre un producto o servicio y sobre su precio y distribución, que tenga probabilidades de influenciar y configurar actitudes, creencias y comportamientos en relación con dicho producto o servicio.

Government of Canada Tobacco Act (1997, c. 13)

37. lugar público

Se entiende por «lugar público» todo edificio o instalación poseída, arrendada, operada u ocupada por la autoridad municipal, y en particular los edificios o terrenos de los colegios; toda área abierta al público en general, incluidos los edificios o terrenos de los colegios; toda área abierta al público en general, y en particular, aunque no exclusivamente, bibliotecas, museos, teatros, auditorios, recintos deportivos interiores y/o instalaciones recreativas, bares, recepciones de hoteles y moteles, instalaciones educativas, centros comerciales, aseos públicos, zaguanes, escaleras, vestíbulos, salidas, entradas, ascensores accesibles al público, y guarderías.

Tobacco Control Resource Center, Inc. Samples of Environmental Smoke Regulations (ETS) (USA), en <http://www.tobaccocontrol.nev.edu/index.html>

Se entiende por «lugar público» un lugar al que el público o parte de él puede acceder por lo general, libremente, previo pago o mediante invitación (se incluyen en este concepto, por ejemplo, una tienda, un restaurante, un hotel, un cine o un club).

Australian Tobacco Advertising Prohibition Act 1992, No. 218, párrafo 8(2)(2)

Definición presentada por la Comisión Europea

I. Recinto cerrado abierto al público e integrado en alguno de los establecimientos privados o públicos siguientes (lista no exhaustiva):

- 1) establecimientos en que se presten servicios al público, remunerados o no, incluida la venta de mercancías;

- 2) hospitales, establecimientos en que se preste atención médica, y cualquier otro tipo de establecimiento médico;
- 3) establecimientos en que se reciba a personas de edad avanzada;
- 4) colegios y otras instalaciones en que se reciba o albergue a niños o jóvenes;
- 5) establecimientos en que se imparta enseñanza superior o formación profesional;
- 6) establecimientos cerrados utilizados con fines de ocio (cines, teatros, etc.); estudios de radio o de televisión abiertos al público;
- 7) establecimientos cerrados donde se celebren exposiciones;
- 8) establecimientos y lugares cerrados en que se practiquen deportes;
- 9) espacios cerrados de estaciones subterráneas o de ferrocarril, puertos y aeropuertos.

II. Todos los medios de transporte público.

Resolution of the Council and the Ministers for Health of the Member States meeting within the Council of 18 July 1989 on banning smoking in places open to the public

Todo lugar abierto al público en general, de acceso ya sea libre, mediante invitación o previo pago.

Preparada por la secretaría del ONI

37a) lugar público cerrado

Se entiende por «lugar público cerrado» la totalidad o alguna parte de cualquier edificio u otro lugar cerrado que esté abierto al público, o en el que se admita o invite habitualmente a éste.

Canada (Saskatchewan) Bill No. 56 of 2001: An Act to Control the Sale and Use of Tobacco and Tobacco-related Products and to make consequential amendments to certain other Acts

Los «lugares públicos cubiertos» son lugares que las personas atraviesan y usan, como: lugares santos y sagrados, mezquitas, lugares de congregación religiosa, fábricas, hospitales, centros e institutos médicos, cines y teatros, hoteles, moteles y bares, restaurantes, museos, terminales de transporte, grandes almacenes, centros culturales, bibliotecas públicas, estadios, colegios, universidades y centros de investigación y enseñanza, transportes públicos, institutos y organizaciones públicas, bancos, empresas municipales y estatales, etc.

Basada en la propuesta N° 6712 de fecha 26-8-1375 (17 de noviembre de 1996) del Ministerio de Salud y Educación Médica con arreglo al Artículo 138 de la Constitución de la República Islámica del Irán; los ministros del Gobierno, en su reunión del 7-8-1376 (20 de octubre de 1997) ratificaron el reglamento que prohíbe vender tabaco y fumar en los lugares públicos

Todo lugar público interior, de acceso ya sea libre, mediante invitación o previo pago.

Preparada por la secretaria del ONI

37b) lugar de trabajo cerrado

Lugar cerrado en que se desempeña un trabajo. Incluye, sin limitarse a ello, lo siguiente: áreas de trabajo cerradas; vehículos utilizados por un empleado en el desempeño de su trabajo y ocupados por más de un empleado; salones o aseos para empleados; salas de conferencias y reuniones; aulas; cafeterías del empleador para uso de sus empleados; vestíbulos; restaurantes; bares o tabernas; dormitorios de hoteles o moteles; y centros para asambleas, conferencias, convenciones o reuniones, o una parte cerrada de ese tipo de establecimientos.

Clean Indoor Air Law, Maryland, USA

Todo recinto cerrado utilizado para trabajar.

Preparada por la secretaria del ONI

38. organización de integración económica regional

[...] que las organizaciones de integración económica regional constituidas por Estados soberanos, Miembros de la OMS, a la que los Estados Miembros han traspasado competencia respecto de las cuestiones regidas por la presente resolución, incluida la competencia para concertar tratados sobre esas cuestiones, puedan participar activamente, de conformidad con el artículo 55 del Reglamento Interior de la Asamblea de la Salud, en la labor de redacción y negociación del órgano de negociación intergubernamental mencionado en el párrafo (1) y en la labor preparatoria del grupo de trabajo mencionado en el párrafo (2).

Resolución WHA52.18 de la Asamblea Mundial de la Salud, 24 de mayo de 1999, párrafo 1(3)

Definición presentada por China

Una organización constituida por Estados soberanos de una región determinada que tiene competencia respecto de los asuntos que se rigen por el presente Convenio o sus protocolos y que ha sido debidamente autorizada, de conformidad con sus procedimientos internos, para firmar, ratificar, aceptar y aprobar los instrumentos correspondientes, o adherirse a ellos.

Convenio de Viena para la Protección de la Capa de Ozono, 1985

Convenio sobre la Diversidad Biológica, 1992

Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, 1992

Las organizaciones de integración económica regional son instituciones mediante las cuales los países tratan de mejorar su desarrollo económico accediendo a otorgar a otros Estados Miembros un trato preferente en el comercio y en otras esferas. Las organizaciones de integración económica pueden establecer normas y prácticas comunes en diversas áreas, y particularmente en materia de política medioambiental.

Center for International Earth Science Information Network at Columbia University, New York, NY, USA: thematic guide, "Regional economic integration organizations", en <http://www.ciesin.org/TG/PI/TRADE/econ.html>

39. minorista

Comerciante cuya principal actividad económica es la venta directa a los consumidores.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Intermediario que vende productos principalmente a los consumidores finales. Hay minoristas con establecimientos de venta (empresas de grandes almacenes, puntos de venta, supermercados, boutiques, etc.) y minoristas sin ellos (firmas que venden mediante catálogos por correo, que utilizan procedimientos de venta directa, o que explotan máquinas expendedoras).

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

40. emisión

[...] se define la emisión de un cigarrillo como la cantidad de sustancia (por ejemplo, alquitrán) que es posible aislar del humo de tabaco en unas condiciones predeterminadas. No hay que confundir este término con la «captación», que se define como la cantidad de una sustancia del humo inhalada y absorbida por el fumador. Así, la emisión es una cantidad reproducible fija, mientras que la captación es muy variable e imposible de reproducir mediante las máquinas fumadoras comúnmente utilizadas para hacer pruebas con cigarrillos. El término «contenido» designa la cantidad de una sustancia que es posible aislar de la carga de un cigarrillo (tabaco) antes de fumar. Los términos «emisión», «contenido» y «captación» se utilizan frecuentemente como sinónimos, pero ello es incorrecto.

Ricket W. Today's cigarettes: steps toward reducing the health impact. In: Roberta Ferrence, John Slade, Robin Room, eds. Nicotine and public health (American Public Health Association, 2000: p. 135. Washington DC

Definición presentada por Australia

Cantidades medias de compuestos, grupos de compuestos o partículas totales de un cigarrillo, medidas con arreglo a los métodos de prueba de la Organización Internacional de Normalización (ISO).

Definición proporcionada por un asesor técnico de la delegación australiana

41. contrabando

Importación o exportación ilegal de mercancías, especialmente cuando no se pagan los derechos de aduana.

The concise Oxford dictionary, 9th ed., 1995

Acción de sacar o introducir sin permiso mercancías o personas. El contrabando puede ejercerse a través de las fronteras de los países o a través de otras entidades políticas.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Venta, almacenamiento, transporte y compra de productos del tabaco sin haber pagado todos los impuestos aplicables.

Segunda reunión del grupo de trabajo sobre el Convenio marco de la OMS para la lucha antitabáquica, 15 de febrero de 2000. Posibles temas de los protocolos iniciales. Documento A/FCTC/WG2/4, p. 9

Fraude aduanero consistente en el movimiento de mercancías a través de una frontera con aduanas por algún medio clandestino. [El término «fraude aduanero» designa una transgresión en virtud de la cual una persona engaña al organismo de aduanas, de manera que elude total o parcialmente el pago de derechos e impuestos de importación o de exportación o las prohibiciones o restricciones estipuladas en la legislación aduanera, u obtiene alguna ventaja contraria a esa legislación.]

Convenio internacional de asistencia mutua administrativa para la prevención, investigación y represión de infracciones aduaneras (Convenio de Nairobi de la Organización Mundial de Aduanas, firmado en Nairobi el 9 de junio de 1977. Capítulo 1. Definiciones

Definición presentada por Australia

Toda importación, introducción o exportación, o tentativa de importación, introducción o exportación, realizada con el propósito de defraudar en detrimento de los ingresos públicos.

Australian Customs Act 1901 (Commonwealth)

Definición presentada por China

Todo transporte, acarreo y depósito de productos del tabaco desde el exterior o desde el interior del territorio de una Parte que infrinja sus leyes y reglamentos y/o eluda los controles aduaneros y las medidas administrativas relativas a la importación y exportación de tabaco y de productos del tabaco.

Documento del Gobierno de China sobre el particular

42. patrocinio

Toda contribución comercial o no comercial, pública o privada, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto consiste en promover un producto del tabaco.

Segunda reunión del grupo de trabajo sobre el Convenio marco de la OMS para la lucha antitabáquica, 15 de febrero de 2000. Posibles temas de los protocolos iniciales. Documento A/FCTC/WG2/4, p. 3

Toda forma de aportación pública o privada a cualquier acto, actividad o individuo con la finalidad o el efecto directo o indirecto de promover un producto del tabaco.

2001/0119 (COD) Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco

43. normas

Acuerdos documentados que contienen especificaciones técnicas u otros criterios precisos destinados a ser utilizados de manera coherente como reglas, directrices o definiciones de características, con el fin de asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios sean aptos para el fin a que respondan.

Organización Internacional de Normalización
Tomada de : <http://www.iso.org/iso/en/aboutiso/introduction/index.html>

Documento aprobado por una institución reconocida, que prevé, para un uso común y repetido, reglas, directrices o características para los productos o los procesos y métodos de producción conexos, y cuya observancia no es obligatoria. También puede incluir prescripciones en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicables a un producto, proceso o método de producción, o tratar exclusivamente de ellas.

Organización Mundial del Comercio, Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio
Anexo 2: Ronda Uruguay, 1994

Documento establecido por consenso y aprobado por un órgano reconocido, que proporciona, para su utilización común y repetida, reglas, directrices o características relativas a ciertas actividades o a sus resultados, con el fin de conseguir el grado de orden óptimo en un contexto dado. Las normas deben estar basadas en resultados sólidos aportados por la ciencia, la tecnología y la experiencia, y tener como objetivo el máximo beneficio para la colectividad.

Organización Internacional de Normalización. Tobacco Control Committee 126, Documento 656

44. subvención

Ayuda, habitualmente efectuada por el gobierno, a una empresa cuya promoción se considere de interés público.

Black's law dictionary, 7th ed., 1999

Estímulos financieros proporcionados, habitualmente por un gobierno, en apoyo de negocios. Las subvenciones pueden revestir la forma de rebajas de impuestos, descuentos fiscales, o pagos directos. Se distinguen dos tipos generales:

a) subvención a la exportación: beneficio concedido a una firma por el gobierno, condicionado a las exportaciones;

b) subvención de ámbito nacional: beneficio no vinculado a las exportaciones, otorgado por el gobierno a una industria o empresa específica, o a un grupo de industrias o empresas específicas; afecta a los beneficios de las entidades comercializadoras.

Rosenberg JM. Dictionary of marketing and advertising, 1995

Se considerará que existe subvención cuando haya una contribución financiera de un gobierno o de cualquier organismo público en el territorio de un Miembro (denominados en el presente Acuerdo «gobierno»), es decir:

- i) cuando la práctica de un gobierno implique una transferencia directa de fondos (por ejemplo, donaciones, préstamos y aportaciones de capital) o posibles transferencias directas de fondos o de pasivos (por ejemplo, garantías de préstamos);
- ii) cuando se condonen o no se recauden ingresos públicos que en otro caso se percibirían (por ejemplo, incentivos tales como bonificaciones fiscales);
- iii) cuando un gobierno proporcione bienes o servicios - que no sean de infraestructura general - o compre bienes;
- iv) cuando un gobierno realice pagos a un mecanismo de financiación, o encomiende a una entidad privada una o varias de las funciones descritas en los incisos i) a iii) *supra* que normalmente incumbirían al gobierno, o le ordene que las lleve a cabo, y la práctica no difiera, en ningún sentido real, de las prácticas normalmente seguidas por los gobiernos;

o bien

- v) cuando haya alguna forma de sostenimiento de los ingresos o de los precios en el sentido del artículo XVI del GATT de 1994; y con ello se otorgue un beneficio.

*Organización Mundial del Comercio, Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias:
Ronda Uruguay, 1994*

44a) subvenciones al cultivo y fabricación del tabaco

Definición presentada por Australia

Ayuda financiera directa a los cultivadores y/o fabricantes de tabaco. No incluye la financiación legítima para investigación y desarrollo (y normas) aportada por el gobierno a la industria primaria legal.

Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, Australia

45. vigilancia

Análisis, interpretación y realimentación continuadas de datos recopilados sistemáticamente, generalmente por métodos caracterizados por su utilidad práctica, uniformidad y rapidez, y no por su exactitud y exhaustividad. La observación de las tendencias que se den en el tiempo, el espacio y las personas permite observar o prever cambios y adoptar medidas apropiadas, particularmente de investigación o control. Las fuentes de los datos pueden referirse directamente a enfermedades o a los factores que influyen en ellas...

Last JM, ed. A dictionary of epidemiology, 3rd ed., 1995

Recopilación de datos (por ejemplo, sobre comportamiento, estadísticas vitales, actitudes, opinión pública, políticas o medio ambiente) sobre la aplicación y los resultados esperados de las iniciativas internacionales, nacionales y locales de prevención y lucha contra el tabaquismo, con el fin de aportar información para la dirección y evaluación futuras de las iniciativas.

Adaptado de "Tobacco control definitions". IMPACT (Initiatives to Mobilize for the Prevention and Control of Tobacco-Use), Media and Policy Advocacy Workshop, Centers for Disease Control and Prevention, Atlanta, GA, USA, December 1994

Seguimiento, a intervalos regulares, de los comportamientos, actitudes y resultados de salud en relación con el tabaco. Abarca, en particular, la consecución de objetivos programáticos primarios, incluida la disminución de la prevalencia del consumo de tabaco entre los jóvenes y adultos, el consumo de tabaco por habitante, y la exposición al humo de tabaco ambiental; los indicadores intermedios de efectividad de los programas, incluidos los cambios de políticas, los cambios de normas sociales, y la exposición de los individuos y colectividades a los esfuerzos programáticos nacionales y locales; y la prevalencia de las influencias en favor del tabaco, incluidas la publicidad, las promociones y los actos que enaltecen el consumo de tabaco.

Centers for Disease Control and Prevention. Best practices for comprehensive tobacco control programs - August 1999. Atlanta, GA, USA

La vigilancia requiere: 1) la recopilación sistemática de datos pertinentes; 2) la consolidación y evaluación ordenada de esos datos; y 3) la pronta difusión de los resultados a quienes necesiten conocerlos, y particularmente a quienes estén en condiciones de adoptar medidas.

Report of the Technical Discussions at the Twenty-first World Health Assembly on "National and global surveillance of communicable diseases" Documento A21/Technical Discussions/5 Ginebra, OMS, mayo de 1968

Recopilación, análisis e interpretación continuados y sistemáticos de datos específicos sobre los resultados, estrechamente integrados con la difusión puntual de esos datos a los responsables de prevenir y combatir enfermedades o traumatismos.

Thacker SB, Berkelman RL. Public health surveillance of non-infectious chronic diseases: the potential for rapid change in disease burden. International journal of epidemiology, 1990, 19: 628-634.

Definición presentada por Australia

Observación y medición de factores relativos al consumo de tabaco o los daños producidos por éste.

Definición proporcionada por el asesor técnico de la delegación australiana

45a) vigilancia epidemiológica

Definición presentada por Australia

Observación y medición de factores relativos al consumo de tabaco o los daños producidos por éste y relacionados con la lucha contra las epidemias.

Recopilación, análisis e interpretación continuados y sistemáticos de la magnitud, las pautas, los factores determinantes y las consecuencias económicas y sanitarias del consumo de tabaco, seguidos de una puntual difusión de esos datos entre el público o públicos apropiados para hacer de ellos un componente esencial de la planificación, ejecución y evaluación de la práctica de la lucha antitabáquica.

Basada en una definición de la «vigilancia de salud pública» ("public health surveillance") hallada en: Halperin W, Baker EL Jr. Public health surveillance. New York, NY, 1992, p. 1. Van Nostrand Reinhold.

46. cooperación técnica

Definición presentada por Australia

Compartición de asistencia en especie, conocimientos e información sobre cuestiones técnicas entre Estados Miembros que sean Parte en el Convenio marco para la lucha antitabáquica.

Proporcionada por el Department of Health and Aged Care (Commonwealth)

47. tabaco

Definición presentada por Australia

Toda preparación de hojas secas de *Nicotiana tabacum*, planta perteneciente a la familia de las solanáceas. El principal ingrediente psicoactivo es la nicotina.

Demand reduction: a glossary of terms. United Nations Office of Drug Control and Crime Prevention Studies, New York, NY, 2000

48. consumo de tabaco

Definición presentada por Australia

Hace referencia a la cantidad de tabaco usada durante un determinado periodo. Puede expresarse como un valor relativo a un individuo (p. ej., número de cigarrillos diarios o semanales) o como un valor relativo a una población (p. ej., peso totalizado de tabaco, o número de cigarrillos por año).

Definición proporcionada por el asesor técnico de la delegación australiana

49. legislación contra el tabaco

Definición presentada por Australia

El término «legislación contra el tabaco» puede abarcar cualquier ley impositiva o fiscal que obligue a obtener un permiso o licencia del gobierno para:

- poseer semillas, plantas u hojas de tabaco;
- producir semillas, plantas u hojas de tabaco;
- fabricar cigarrillos o productos del tabaco;
- transportar, poseer o almacenar cigarrillos o productos del tabaco antes de pagar los derechos o impuestos correspondientes.

Australian Excise Act 1901 (Commonwealth), y leyes y reglamentos conexos

50. programas/medidas/estrategias de lucha antitabáquica

Definición presentada por Australia

Designa las diversas estrategias de oferta, demanda y reducción del daño orientadas a mejorar la salud de una población eliminando o reduciendo su exposición al tabaco en todas sus variantes.

*Review of health warnings on tobacco products in Australia: discussion paper.
Commonwealth Department of Health and Aged Care*

51. industria tabacalera

Definición presentada por Australia

El término «industria tabacalera» designa a quienes tienen intereses en cualquiera de los eslabones de la cadena de suministro. El concepto abarcaría a todos cuantos participan en el cultivo, elaboración, fabricación y venta minorista de tabaco.

Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, Australia

52. producto del tabaco

Producto constituido total o parcialmente por tabaco, incluidas las hojas de tabaco y todo extracto de hojas de tabaco. Incluye los papeles, cilindros y filtros para cigarrillos, pero no los alimentos, medicamentos o dispositivos que contienen nicotina, a los que se aplica la Ley sobre Alimentos y Medicamentos (Food and Drugs Act).

Gobierno del Canadá, Tobacco Act, (1997, c. 13)

Todos los productos que, destinados a ser fumados, inhalados, chupados o masticados, estén constituidos, aunque sea parcialmente, por tabaco.

2001/0119 (COD) Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco

El término «producto del tabaco» designa todo producto hecho con tabaco u obtenido del tabaco y destinado al consumo humano.

*Draft amendment to Food, Drug and Cosmetics Act, USA. Introduced 15 March 2001.
Title: To amend the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act to provide the
Food and Drug Administration jurisdiction over tobacco*

Todo producto hecho de tabaco u obtenido del tabaco y destinado al consumo humano, incluido todo componente, parte o accesorio de un producto del tabaco (exceptuando las materias primas distintas del tabaco utilizadas en la fabricación de un componente, parte o accesorio de un producto del tabaco).

*Draft amendment to Food, Drug, and Cosmetics Act, USA. Introduced 25 January 2001.
Title: A bill to amend the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act to grant the Secretary of
Health and Human Services the authority to regulate tobacco products, and for other purposes*

Cigarros, cigarrillos, tabaco sin humo, tabaco de pipa, y tabaco de liar.

*United States Code: Title 26, Section 5702 (Internal Revenue Code. Alcohol,
Tobacco and certain other Excise Taxes)*

Todo producto definido como tabaco por la ley al respecto, y cualquier otro producto compuesto de hojas de tabaco o de la planta *Nicotiana tabacum* y destinado a ser consumido, ya sea fumado, chupado, aspirado, mascado, comido, dispersado o rociado en la boca o la nariz, o bien por otros medios, a fin de obtener idéntico resultado.

Tobacco Products Control Act, Thailand, 1992

Definición presentada por Australia

Todo producto destinado al consumo humano que haya que mascar, tragar o inhalar por vía oral o nasal, en forma pura o combinado con..., y que contenga como principio activo la planta del tabaco o sus derivados.

Department of Health and Aged Care (Commonwealth)

Definición presentada por Australia

Se entiende por «producto del tabaco»:

- a) el tabaco (en cualquier forma); o bien
- b) todo producto (por ejemplo, un cigarro o cigarrillo):
 - i) que contenga tabaco como ingrediente principal o sustancial; y
 - ii) que haya sido creado o concebido para el consumo o uso humano; y
 - iii) que no esté incluido en el Registro Australiano de Productos Terapéuticos vigente en virtud de la Ley de Productos Terapéuticos (Therapeutic Goods Act); o bien
- c) el papel de fumar, las maquinillas de liar y las pipas.

Tobacco Advertising Prohibition Act 1992 (Commonwealth)

Definición presentada por Australia

Se entiende por «producto del tabaco» el tabaco, o algo que lo contenga, preparado para el consumo humano (en particular un cigarrillo o cigarro).

Tobacco Control Act 1927 (Australian Capital Territory)

Definición presentada por Australia

Cigarrillo, cigarro u otro producto que contiene tabaco como ingrediente sustancial.

Smoke-free Areas (Enclosed Public Places) Act 1994 (Australian Capital Territory)

Definición presentada por Australia

Tabaco, cigarrillo o cigarro, u otro producto que contiene tabaco y ha sido ideado para el consumo o uso humano.

Public Health Act 1991 (New South Wales)

Definición presentada por China

La expresión «producto del tabaco» abarca cualquier producto destinado a ser fumado, utilizado como rapé, chupado o mascado, siempre y cuando esté hecho, incluso parcialmente, con tabaco; entre otras cosas comprende lo siguiente:

1. tabaco para fumar:
 - a) cigarrillos:
 - i) de tabaco ordinario (manufacturados o liados a mano);
 - ii) *kreteks* (que contienen clavo);
 - iii) *bidis* (cigarrillos liados a mano);
 - b) cigarros:
 - i) cigarros grandes;
 - ii) cigarros pequeños;
 - iii) puritos;
 - c) tabaco para pipas:

Definición presentada por Australia

El término «máquina expendedora» designa una máquina, dispositivo o aparato diseñado para contener productos del tabaco, que pueden obtenerse mediante una operación que conlleva la inserción en dicha máquina, dispositivo o aparato de una moneda, ficha u objeto similar.

Tobacco Act 1987 (Victoria)

54. grupos vulnerables

Una «población de alto riesgo» está constituida por grupos o individuos que se caracterizan por ser más propensos a consumir productos del tabaco.

"Tobacco control definitions". IMPACT (Initiatives to Mobilize for the Prevention and Control of Tobacco-Use), Media and Policy Advocacy Workshop, Centers for Disease Control and Prevention, Atlanta, GA, USA, December 1994

ANEXO 2

LISTA DE TÉRMINOS

La siguiente tabla contiene una lista completa de los términos presentados por los Estados Miembros a la secretaría para las investigaciones básicas que utilicen definiciones. Tiene por objeto facilitar las referencias al texto del Presidente y a los documentos de trabajo de los copresidentes, para lo cual indica el lugar de aparición de esos términos en los textos. En algunos casos el término aparece más de una vez, y así se indica en la tabla, sin hacer referencia a ninguna sección en particular. Los términos que no aparecen en el texto original del Presidente, pero sí en los documentos de trabajo de los copresidentes, se identifican mediante un asterisco (*). Además, se presentaron a la secretaría algunos términos que no aparecen ni en el texto original del Presidente ni en los documentos de trabajo de los copresidentes; en estos casos se ha utilizado la fórmula «no aparece».

TÉRMINO	UBICACIÓN
Adición	G(e)(1)*
Aditivo	G.1(c)
Armonización	F.1
Comercio ilícito	I.1
Consumo de tabaco	C.
Contenido de los productos del tabaco	G.4
Contrabando	I.1; I.5(b)
Contrapublicidad	G.1(e)
Cooperación internacional	G.2(f)*
Cooperación técnica	En todo el texto
Dependencia/dependencia del tabaco	H.1
Descriptor que induce a confusión	No aparece
Distribución	En todo el texto
Distribuidor	I.11
Emisión	G.1(d)(iv)(2)
Emisión de nicotina	No aparece
Envase	G.1(d)
Etiqueta	G.1(d)
Exposición al humo del tabaco	C.
Fabricación ilícita	I.1*
(Factor de) riesgo para la salud	G.1(d)(ii)
Falsificación	I.1
Grupos vulnerables	G.1(e)(ii)

TÉRMINO	UBICACIÓN
Humo de tabaco ambiental	D.1(b)*
Industria tabacalera	D.6
Ingesta de nicotina	No aparece
Ingredientes	G.1(c)
Legislación contra el tabaco	E.1
Libre de derechos de aduana/libre de impuestos	F.2(a)
Licencia	I.13
Lugar de trabajo cerrado	G.1(a)
Lugar público	G.1(a)
Lugar público cerrado	G.1(a)
Máquinas expendedoras de tabaco	I.8(b)
Medidas	En todo el texto
Medidas no relacionadas con los precios	G.1
Medidas relacionadas con los precios	F.1
Minorista	I.13
Nicotina	G.1(d)(ii)
Niño	G.1(a)
Normas	En todo el texto
Organización de integración económica regional	M.5
Órganos internacionales competentes	K.2(a)
Países desarrollados/en desarrollo	Q.4/En todo el texto
Partes	En todo el texto
Partes presentes y votantes	No aparece
Patrocinio	G.2(a)
Pictograma	G.1(d)(iv)
Prevalencia	C.
Producto del tabaco	En todo el texto
Programas/medidas/estrategias de lucha antitabáquica	C.
Prohibición	F.2(a)
Promoción	G.2(a)
Promoción de la salud	G.1(e)(v)
Publicidad	G.1(e)
Publicidad directa	G.2(a)
Publicidad indirecta	G.2(a)

TÉRMINO	UBICACIÓN
Publicidad/promoción transfronteriza	G.2(f)
Riesgo para la salud	G.1(e)(i)
Subvención	I.15
Subvenciones al cultivo y fabricación del tabaco	I.15
Suministro*	I.8
Tabaco	En todo el texto
Tabaco liado a mano	No aparece
Tabaquismo pasivo	G.1(a)
Tratamiento	H.2(b)
Vigilancia	K.1
Vigilancia epidemiológica	K.1(a)

= = =