

prevenção

FOTOS CONSCIENTIZAM SOBRE RISCOS DO HÁBITO DE FUMAR

Imagens que valem mais que palavras

As fotos de advertência utilizadas nas embalagens de produtos com tabaco têm reduzido o número de fumantes gradativamente desde a sua implementação. De acordo com os dados do último levantamento realizado pelo Ministério da Saúde, o número de pessoas com mais de 15 anos que fumam caiu de 32%, em 1989, para 19%, no ano de 2003. Entre as ações governamentais e legislativas apontadas como as de maior efeito e influência para esse recuo, está o uso de embalagens de produtos de tabaco como veículo de comunicação sobre os riscos que o hábito de fumar traz à saúde.



Esta estratégia avançou muito nos últimos anos. A medida pioneira adotada em 1988, que reproduzia em maços de cigarros o alerta “O Ministério da Saúde adverte: Fumar faz mal à saúde” precisava ser mais forte e direta ao consumidor, para inibir o consumo e, também, estimular o fim do hábito de fumar. Por isso, a legislação atual (MP 2.134-30, de 24 de maio de 2001) obriga a inserção de advertências acompanhadas de imagens que ilustrem seu sentido, no material de propaganda e nas embalagens de produtos fumígenos derivados do tabaco, exceto nas destinadas à exportação.

Segundo a coordenadora do Programa Nacional de Controle do Tabagismo do INCA, a médica Tânia Maria Cavalcante, esse tipo de abordagem é “um primeiro passo para fazer o fumante conhecer a real dimensão dos riscos e danos causados pelo tabaco”. Pesquisas mostram que muitos fumantes, para conseguir momentos de abstinência, recorrem à visualização mental de um pulmão danificado pelo tabaco ou mesmo de uma pessoa próxima que tenha sofrido de alguma doença grave relacionada ao tabagismo.

As embalagens - Os maços de cigarros estão presentes em todos os momentos da vida de um fumante, em situações de



TABAGISMO

O tabagismo é considerado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) a principal causa de morte evitável em todo o mundo. A OMS estima que um terço da população mundial adulta, isto é, 1,2 bilhão de pessoas (entre as quais 200 milhões de mulheres), seja fumante. O hábito de fumar mata, por ano, cerca de 4,9 milhões de pessoas, o que corresponde a mais de dez mil mortes por dia. Só no Brasil morrem, todos os anos, 200 mil pessoas. Caso as atuais tendências de expansão do consumo sejam mantidas, esses números aumentarão para dez milhões de mortes/ano em 2030, sendo metade delas em indivíduos entre 35 e 69 anos.



prazer, assim como em momentos de tristeza. E muitas vezes o fumante acende seu cigarro em um ato mecânico. Por isso, o maço é, comumente, usado pela indústria tabagista como instrumento de marketing para transmissão de mensagens subliminares que visam tranquilizar o fumante acerca dos riscos de fumar. “Cores, nomes de marca sugestivos, tipos de letra e formas são engenhosamente elaborados para atrair o fumante e criar falsas percepções de prazer e sucesso”, alerta a médica.

Nesse contexto, o maço passou a ser encarado como muleta no dia-a-dia de um dependente químico da nicotina também pelas autoridades brasileiras. Então, o uso das próprias embalagens para divulgar os malefícios desses produtos passou a seguir a mesma estratégia de marketing dos fabricantes.

Na prática, o efeito da medida é afugentar novos fumantes e quebrar o ato do dependente de recorrer ao maço a todo momento. Tânia Cavalcante defende a veiculação de mensagens ainda mais incisivas, aliada às ilustrações. “Antes, as advertências eram pouco visíveis, ficavam na lateral, discretas e com cores pouco contrastantes por falta de lei que as regulamentasse”. Segundo ela, “a leitura do

usuário era de que o risco poderia não ser tão grave e, até mesmo, que o governo não valorizava tanto este tipo de informação”.

Pesquisa realizada pela Ouvidoria do Ministério da Saúde, entre março e dezembro de 2002, revela que 92% dos entrevistados apoiaram a medida, 79% disseram que as fotos das advertências deveriam ser mais chocantes e 90% tiveram conhecimento sobre o número do serviço *Disque Pare de Fumar* (0800-61-1997) por meio dos maços. Foram realizadas 89.305 entrevistas, sendo que 80% do total eram fumantes.

Desde 2004, cinco imagens de advertências estão em exibição no verso dos maços de cigarros comercializados no Brasil. Outras cinco já foram veiculadas desde que foi instituída a obrigatoriedade de exibição.

A partir de julho deste ano, novas fotos devem substituir as atuais, conforme previsto nos contratos de direitos de uso de imagem. A troca é necessária, pois, “com o passar do tempo, esse tipo de medida tende a perder seu impacto inicial”, justifica Tânia. Para ter acesso a todas as fotografias que já fizeram parte do programa, acesse a página eletrônica www.inca.gov.br/tabagismo. ■