

# ADVERTÊNCIAS

## Evidências

### Advertências ilustradas são uma importante oportunidade de comunicar os riscos do consumo de tabaco

A indústria do tabaco usa as embalagens de cigarros como uma oportunidade promocional. A consciência pública em relação aos verdadeiros riscos do consumo de tabaco é baixa, mesmo em países com campanhas antitabagismo fortemente divulgadas.<sup>2</sup>

- A maioria dos fumantes não consegue se lembrar dos efeitos específicos para a saúde associados ao tabagismo.<sup>3</sup>
- Até mesmo os fumantes que compreendem os perigos do tabagismo subestimam a severidade de seu impacto sobre a saúde.<sup>3</sup>
- A maioria dos fumantes acredita que outros fumantes estão sob maior risco do que eles mesmos.<sup>4</sup>
- Os fumantes tendem a ter ainda menos consciência dos riscos do fumo passivo para outras pessoas.<sup>5</sup>
- Um entendimento tanto dos riscos quanto da severidade do tabagismo são fatores importantes para motivar os fumantes a pararem.

Os defensores da saúde pública vêem as embalagens de cigarros como uma oportunidade educacional. Pessoas que fumam um maço por dia estão expostas a imagens impressas nas embalagens pelo menos 20 vezes por dia (e 7.000 vezes ao ano), ao comprarem e consumirem cigarros. São 20 oportunidades por dia para se transmitir mensagens anti-tabagismo em dois momentos críticos: no momento da compra e no momento do consumo.<sup>6</sup> O uso de imagens aumenta o impacto da mensagem de saúde pública.

### Advertências ilustradas aumentam o conhecimento sobre os prejuízos à saúde pelo uso de tabaco

À medida que mais países lançam rótulos mais fortes e avaliam sua eficácia, evidências cada vez maiores mostram que rótulos ilustrados maiores e mais ousados têm um impacto sobre a conscientização dos riscos do consumo de tabaco. Advertências eficazes aumentam o conhecimento sobre os riscos associados ao tabagismo e podem persuadir fumantes a parar.<sup>4,7</sup> Os fumantes relatam que recebem mais informações sobre os riscos do tabagismo nas embalagens do produto do que em qualquer outra fonte, exceto a televisão.<sup>7,8</sup>

Um grande estudo que compara as advertências de quatro países com políticas de rotulagem bastante diferentes (Austrália, Canadá, Reino Unido e Estados Unidos), descobriu o seguinte:<sup>3,7</sup>

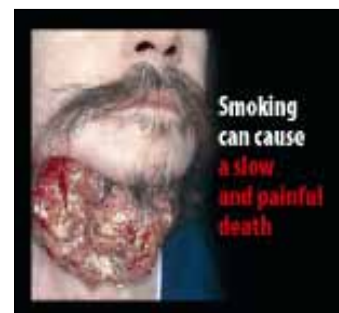
- Advertências maiores e mais abrangentes têm maior probabilidade de serem percebidas e classificadas como eficazes pelos fumantes.
- Advertências ilustradas aumentaram a consciência sobre a associação entre o tabagismo e riscos específicos à saúde (por ex., câncer de pulmão, doenças cardíacas, derrame, impotência).
- O conhecimento sobre os riscos do fumo à saúde foi maior em países que relacionaram riscos específicos em suas advertências.
- 84% dos fumantes que vivem no Canadá, onde advertências ilustradas são obrigatórias, encararam as advertências como uma fonte de informações de saúde, comparado com 47% dos fumantes que vivem nos EUA, onde se exige apenas advertências de texto.

**“...se você fuma, o maço de cigarros é uma das poucas coisas que você usa que diz algo sobre você. O maço de cigarros é a única coisa que você tira do bolso 20 vezes por dia e deixa à mostra para todos verem.”<sup>1</sup>**

Briefing de Marketing, Brown & Williamson (1985)



Advertência, Austrália



Advertência, União Europeia

### Estudos isolados de países relatam achados semelhantes sobre a eficácia de advertências altamente visíveis nos maços de cigarros.

- Depois que o Canadá introduziu advertências ilustradas grandes em 2000, 91% dos fumantes pesquisados disseram que leram as advertências e foram capazes de demonstrar sólido conhecimento dos tópicos cobertos pelas advertências. Fumantes que haviam lido e discutido as advertências tinham maior probabilidade de parar ou tentar parar de fumar no acompanhamento de 3 meses.<sup>6</sup>
- Quando a legislação australiana exigiu novos rótulos em 1995, os fumantes passaram a ter mais conhecimento que os não fumantes sobre os principais componentes do tabaco e foram capazes de identificar mais doenças relacionadas ao tabagismo.<sup>9</sup>
- Depois que a Austrália introduziu suas advertências ilustradas em 2006, 63% de não fumantes e 54% de ex-fumantes pensavam que os novos rótulos “ajudariam a evitar que as pessoas começassem a fumar.”<sup>10</sup>

### Advertências ilustradas influenciam a iniciação e motivam os consumidores de tabaco a parar

- Estudos mostram que as intenções de parar de fumar aumentam quando um telefone de assistência é fornecido na advertência ilustrada.
  - Depois que a Austrália introduziu advertências ilustradas com informações sobre telefones de assistência em 2006, a taxa de pessoas que ligaram para o disque dobrou em relação aos dois anos anteriores.<sup>11</sup>
  - Depois que a Nova Zelândia implementou advertências ilustradas, mais fumantes passaram a reconhecer o telefone nacional de assistência do que quando as informações de assistência estavam apenas em advertências de texto (61% vs. 37%).<sup>12</sup>
  - Depois que a Nova Zelândia introduziu advertências ilustradas com informações sobre telefones de assistência em 2008, o número de novas ligações para o disque aumentou. (A taxa dobrou de 12% a 27% no primeiro mês e permaneceu em 30% depois disso.)<sup>13</sup>
- Um estudo com fumantes adultos do Brasil, Uruguai e México revelou que os brasileiros tinham maior probabilidade que os uruguaios ou mexicanos de estarem cientes sobre e terem usado números de telefone para assistência antifumo. No Brasil, as linhas de assistência foram anunciadas em advertências de saúde e em campanhas antifumo na mídia, enquanto no México e no Uruguai foram apenas anunciadas em campanhas de mídia.<sup>14</sup>
- Estudos mostram que advertências ilustradas ou mais gráficas aumentam a intenção de parar de fumar.
  - Um estudo com fumantes adultos nos Estados Unidos e Canadá revelou que representações mais gráficas das consequências à saúde causavam mais receio e resultavam em intenções mais fortes de parar de fumar.<sup>15</sup>
  - Depois que o Brasil introduziu novas advertências ilustradas em 2002, 67% dos fumantes afirmaram que as novas advertências fizeram com que quisessem parar.<sup>16</sup>
    - » O Brasil introduziu uma segunda rodada de rótulos em 2004. Em um estudo que avaliou as duas rodadas, os pesquisadores descobriram que, quanto mais ameaçadoras e intimidantes forem as advertências, mais aumentam as intenções de parar de fumar.<sup>17</sup>
- Um estudo no Canadá (onde advertências gráficas e grandes são obrigatórias nos maços de cigarros) sugeriu que ler e pensar sobre as advertências foi positivamente associado a intenções de parar de fumar.<sup>6</sup>
- Um estudo de quatro países indicou que advertências apenas com texto (como as vistas nos EUA) foram associadas a níveis mais baixos de consciência sobre os riscos do fumo à saúde do que advertências destacadas, gráficas (como as vistas no Canadá e na Austrália). Além do mais, o estudo indicou que advertências gráficas foram mais eficazes do que advertências apenas com texto para fazer as pessoas pensarem em parar de fumar e impedi-las de fumar um cigarro.<sup>3</sup>



Advertência, Nova Zelândia



Advertência, Brasil

## ADVERTÊNCIAS: Evidências

- Uma investigação de acompanhamento do estudo de quatro países revelou que advertências ilustradas maiores estavam associadas a um aumento nas tentativas de parar de fumar.<sup>18</sup>
- Depois que Cingapura introduziu seus rótulos de advertência em 2004, uma pesquisa do Conselho de Promoção de Saúde descobriu que 28% dos fumantes entrevistados relataram fumar menos cigarros por causa das advertências; 14% dos fumantes entrevistados disseram que passaram a evitar fumar na frente de crianças; 12% disseram que evitavam fumar na frente de mulheres grávidas; e 8% disseram que estavam fumando menos em casa.<sup>19</sup>
- Desde que a Tailândia introduziu a segunda rodada de advertências ilustradas em 2006, 53% dos fumantes disseram que as advertências ilustradas os fizeram pensar “muito” sobre os riscos à saúde, e 44% dos fumantes disseram que as advertências os tornavam “muito” mais propensos a parar no próximo mês.<sup>20</sup>
- Após a introdução de advertências ilustradas na Austrália em 2006:
  - Fumantes experimentais adolescentes e fumantes estabelecidos apresentaram maior probabilidade de pensar em parar de fumar, e a intenção de fumar foi mais baixa entre os estudantes que discutiram as novas advertências.<sup>21</sup>
  - 22% de não fumantes e 35% de ex-fumantes indicaram que os novos rótulos os impediam de fumar.<sup>10</sup>
  - Os novos rótulos de advertência fizeram 57% dos fumantes pensar em parar; ajudaram 36% dos fumantes a fumar menos, ajudaram 34% dos fumantes a tentar parar, e ajudaram 55% de fumantes que haviam acabado de parar de fumar a continuar sem fumar.<sup>10</sup>
- Uma investigação do impacto dos rótulos chineses, apenas com texto, comparados com outros rótulos com texto e imagens de todo o mundo descobriu que advertências ilustradas maiores eram percebidas como mais eficazes em informar sobre os danos do tabagismo, convencendo os jovens a não começar e motivando os fumantes a parar.<sup>22</sup>
- Um estudo grego com adolescentes revelou que aproximadamente 84% dos adolescentes não fumantes relataram que as advertências ilustradas propostas pela União Europeia foram mais eficazes que os antigos rótulos de texto na prevenção da iniciação do fumo.<sup>23</sup>



Advertência, Cingapura



Advertência, Irã

### Principais mensagens

- Advertências ilustradas neutralizam a publicidade da indústria do tabaco sobre produtos de tabaco, aumentam o conhecimento sobre os riscos associados ao consumo de tabaco, reduzem as intenções dos adolescentes de fumar,<sup>21</sup> e motivam fumantes a parar.<sup>3,4</sup>
- Advertências ilustradas têm maior impacto do que advertências apenas com texto e podem ser reconhecidas pelo público menos alfabetizado e por crianças — dois grupos populacionais vulneráveis.<sup>3,7</sup>
- Os países-membros da CQCT são obrigados a implementar advertências de saúde rotativas, grandes e claras em todas as embalagens de produtos de tabaco dentro de três anos após a ratificação da CQCT.<sup>24</sup>

**Referências**

- 1 Sandefur T. Remarks of T.E. Sandefur Jr. Marketing backgrounder New York, 850723 (internal industry document.) Williamson B. 1985. Bates No. 532001934/1947 <http://leg-acy.library.ucsf.edu/tid/poi24f00>
- 2 Ayanian JZ, Cleary PD. Perceived risks of heart disease and cancer among cigarette smokers. *JAMA*. 1999 Mar 17;281(11):1019-21.
- 3 Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*. 2007 Mar;32(3):202-9.
- 4 Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Waterloo; 2008.
- 5 Environics Research Group. *Assessment of perceived health risks due to smoking*. Ottawa: Health Canada, Office of Tobacco Control; 1999.
- 6 Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*. 2003 Dec;12(4):391-5.
- 7 Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM. Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*. 2006 Jun;15 Suppl 3:iii19-25.
- 8 Hammond D. FCTC Article 11 Fact Sheet: Health warnings on tobacco packages. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available online at [www.tobaccolabels.ca/tobaccolab/labelling\\_](http://www.tobaccolabels.ca/tobaccolab/labelling_).
- 9 Borland R. Tobacco health warnings and smoking-related cognitions and behaviours. *Addiction*. 1997 Nov;92(11):1427-35.
- 10 Shanahan P, Elliott D. Evaluation of the Effectiveness of the Graphic Health Warnings on Tobacco Product Packaging 2008 -- Executive Summary. Australian Government Department of Health and Ageing; 2009. Available online at [www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/83F397C5993B9AA4CA2575880078FCF2/\\$File/hw-eval-exec-sum.pdf](http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/83F397C5993B9AA4CA2575880078FCF2/$File/hw-eval-exec-sum.pdf).
- 11 Miller CL, Hill DJ, Qvester PG, Hiller JE. Impact on the Australian Quitline of new graphic cigarette pack warnings including the Quitline number. *Tobacco Control*. 2009 Feb 11.
- 12 Wilson N, Grigg M, Graham L, Cameron G. The effectiveness of television advertising campaigns on generating calls to a national Quitline by Maori. *Tobacco Control*. 2005 August;14(4):284-6.
- 13 Li J, Grigg M. New Zealand: new graphic warnings encourage registrations with the quitline. *Tobacco Control*. 2009 Feb;18(1):72.
- 14 Thrasher JF, Villalobos, V., Szklo, A., Fong, G., Perez, C., Sebrie, E., Sansone, N., Figueiredo, V., Boado, M., Arillo-Santillán, E., Bianco, E. Assessing the impact of cigarette package health warning labels: a cross-country comparison in Brazil, Uruguay, and Mexico. *Salud Pública de México*. 2010 June;52(2):S206-S15.
- 15 Kees J, Burton, S., Andrews, J.C., Kozup, J. Understanding How Graphic Pictorial Warnings Work on Cigarette Packaging. *Journal of Public Policy & Marketing*. 2010;29(2):265-76.
- 16 Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil: (2002).
- 17 Nascimento BE, Oliveira L, Vieira AS, Joffily M, Gleiser S, Pereira MG, et al. Avoidance of smoking: the impact of warning labels in Brazil. *Tobacco Control*. 2008 Dec;17(6):405-9.
- 18 Borland R, Yong HH, Wilson N, Fong GT, Hammond D, Cummings KM, et al. How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC Four-Country survey. *Addiction*. 2009 Feb 10.
- 19 Health Promotion Board – Singapore. *Graphic health warnings on tobacco packaging inspire smokers to quit the habit Singapore: 2006*. Available online at [www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg\\_id=2233](http://www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233).
- 20 International Tobacco Control Policy Evaluation Project (ITC). *ITC Thailand survey summary*. Waterloo: Institute for Population and Social Research, Mahidol University Salaya, and Thai Health Promotion Foundation; 2009. Available online at <http://itcconference.com/ITCWorkshopResources/ITCProjectCountryBrochures/ITCThailand4PagerV115single.pdf>.
- 21 White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours? *Addiction*. 2008 Sep;103(9):1562-71.
- 22 Fong G, Hammond, D., Jiang, Y., Li, Q., Quah, A., Driezen, P., Yan, M., ITC China Project Team. Perceptions of tobacco health warnings in China compared with picture and text-only health warnings from other countries: an experimental study. *Tob Control*. 2010;19(Suppl 2):i69-i77.
- 23 Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. *European Journal of Public Health*. 2009 Apr;19(2):212-7.
- 24 World Health Organization (WHO). *WHO Framework Convention on tobacco control*. Geneva: WHO; 2003. Available online at [www.who.int/fctc/text\\_download/en/](http://www.who.int/fctc/text_download/en/).