

ADVERTÊNCIAS

Contraoando os Argumentos da Indústria

AS EMPRESAS DE TABACO SE OPÕEM ÀS ADVERTÊNCIAS ILUSTRADAS, porque as veem como uma ameaça ao seu negócio. Segue abaixo uma série de argumentos contra as advertências ilustradas que as empresas de tabaco usam por todo o mundo, seguida de contra-argumentos que rebatem cada um deles.

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Não existem evidências de que as advertências ilustradas funcionem.

RESPOSTA: Pesquisas mostram que advertências grandes e ilustradas fazem com que os fumantes fumem menos cigarros, evitem fumar na presença de crianças e gestantes, e fumem menos em casa.² As advertências também aumentam o conhecimento sobre os riscos associados ao fumo e podem persuadir os fumantes a parar.^{3,4} As advertências ilustradas mais eficazes são grandes, claras, cobrem pelo menos 50% das áreas principais da embalagem (a parte da frente e a de trás da embalagem do produto) e têm fotos coloridas. As mensagens devem conter a dimensão de riscos específicos e incluir fotos, especialmente para atingir o público sem instrução.^{5,6} As advertências de saúde que não atendam aos requisitos de tamanho, mensagem ou ilustração gráfica não serão tão eficazes. A ênfase em linhas telefônicas de ajuda, juntamente com outras mensagens eficazes sobre parar de fumar, resultados econômicos e sociais adversos, e o impacto negativo do consumo de tabaco sobre as pessoas amadas são formas eficazes de informar ao público sobre os efeitos adversos e motivar o comportamento de abandono do vício. As advertências ilustradas também devem incluir informações sobre telefones de ajuda.⁷ ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Os fumantes já conhecem os riscos do tabagismo.

RESPOSTA: Estudos mostram que uma grande proporção de fumantes têm um conhecimento inadequado dos efeitos para a saúde associados ao tabagismo e subestimam a severidade e a magnitude desses riscos.³ Um entendimento tanto dos riscos quanto da severidade são fatores importantes para motivar os fumantes a parar. Advertências com imagens podem ser eficazes na transmissão da severidade desses riscos.⁸⁻¹² Fumantes relatam que recebem mais informações sobre os riscos do tabagismo nas embalagens de cigarros do que de qualquer outra fonte, exceto a televisão.^{13, 14} ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Muitas pessoas não sabem ler, portanto as advertências não funcionam.

RESPOSTA: As mensagens de texto devem vir acompanhadas de imagens. As imagens podem ilustrar graficamente os efeitos do fumo ativo e passivo à saúde e podem ser compreendidas mesmo sem texto.¹⁵⁻¹⁷ ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA As advertências ilustradas grandes violam o direito dos fabricantes de tabaco à propriedade, incluindo proteções de marca registrada.

RESPOSTA: Embora a indústria do tabaco apresente esse argumento, governos de vários

“Os fabricantes de cigarros respeitam o direito das autoridades de saúde de colocar suas opiniões em assuntos relacionados à saúde pública. Sob tais circunstâncias, as empresas de tabaco acreditam que as advertências são redundantes e desnecessárias.”¹

— The Tobacco Institute, 1980



Advertência, Egito

países o rejeitaram e decretaram leis fortes exigindo advertências ilustradas grandes. Isso foi feito, na grande maioria dos casos, sem apelo legal da indústria do tabaco. Nos casos em que houve apelação, os tribunais decidiram contra as empresas de tabaco. Por exemplo, o Tribunal de Justiça da União Européia decidiu contra o argumento da British American Tobacco (BAT) e da Japan Tobacco International (JTI) de que a decisão da Diretriz¹⁸ de exigir advertências grandes e proibir informações ambíguas violava o direito à propriedade, incluindo proteções de marca registrada.¹⁹ O Supremo Tribunal canadense rejeitou uma queixa da indústria de tabaco de que advertências ilustradas violavam seu direito a expressão de acordo com o Documento de Direitos e Liberdades canadense.^{13, 20} ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Restrições de liberdade de expressão e direitos de propriedade devem ser permitidas apenas quando houver uma necessidade social urgente.

RESPOSTA: A epidemia global de tabagismo é um problema urgente de saúde pública. Estima-se que, até 2030, haverá mais de 8 milhões de mortes todos os anos, e 80% das mortes por tabaco serão nos países em desenvolvimento.²¹ Grandes advertências gráficas podem motivar fumantes a parar e desestimular não fumantes e jovens a começarem.^{13, 22, 23} ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Advertências gráficas podem violar as obrigações de um país como signatário de tratados internacionais sobre comércio e propriedade intelectual.

RESPOSTA: As partes da FCTC são guiadas pelo princípio de que toda pessoa deve ser informada das consequências à saúde, da natureza aditiva e da ameaça de morte derivadas do consumo de tabaco e da exposição à fumaça do tabaco.²⁴ A partir desse princípio, o Artigo 11 da FCTC exige que as Partes adotem e implementem advertências de saúde grandes, claras, visíveis e legíveis que possam incluir imagens dentro de três anos após a entrada em vigor do tratado nesses países.²⁵ ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA As advertências de saúde reduzem o valor da propriedade privada ao eliminar a “reputação” associada à embalagem.

RESPOSTA: O valor da marca dos fabricantes de produtos de tabaco não supera o interesse e a autoridade do governo em proteger seus cidadãos contra embalagens enganosas e ilusórias que direta ou indiretamente impliquem que uma marca de tabaco seja menos nociva que outra. ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Advertências grandes privam os consumidores das informações que eles precisam para diferenciar os produtos de uma empresa dos de outra.

RESPOSTA: As embalagens de produtos de tabaco são ferramentas sofisticadas de publicidade e promoção com consumidores-alvo, incluindo adolescentes.²⁶ ■



Advertência, Cingapura



Advertência, Brasil

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Advertências ilustradas impressas e mensagens rotativas são caras demais e difíceis de manter.

RESPOSTA: A tecnologia necessária para imprimir advertências coloridas é amplamente difundida.¹² As empresas de tabaco mudam suas embalagens o tempo todo para promover novos produtos e sabores. Não é mais difícil nem mais caro acrescentar novas advertências.²¹ ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA As empresas de tabaco precisam de mais tempo do que o estipulado por lei para colocar em prática advertências ilustradas.

RESPOSTA: As empresas de tabaco mostraram que podem colocar em prática os requisitos das advertências totalmente ilustradas e coloridas entre 6 e 9 meses. No Canadá, a indústria precisou de 6 meses para cumprir as regulamentações após sua vigência. A lei exigiu que aproximadamente 60 por cento das embalagens de tabaco teriam que contar com as novas advertências a partir de 6 meses da promulgação. As embalagens remanescentes teriam que cumprir a exigência em um ano.²⁷ A experiência do Canadá em enumerar os argumentos da indústria contra a colocada em prática das advertências ilustradas está detalhada em sua declaração de análise de impacto regulador.²⁸ No Brasil, a exigência foi cumprida em 9 meses, apesar dos argumentos por parte da indústria de que não possuía capacidade técnica para produzir advertências totalmente coloridas no prazo previsto.²⁹ De acordo com a FCTC, a colocada em prática das advertências ilustradas não deve levar mais que 12 meses após a data de regulamentação estipulada por qualquer governo.³⁰ ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Quando as pessoas compram cigarros avulsos, elas sequer vêem as embalagens.

RESPOSTA: As advertências devem ser adaptadas para todos os tipos de embalagens de cigarros, e não apenas aos maços.¹² Se as mensagens de saúde foram grandes e claras o suficiente, as pessoas irão vê-las quando forem exibidas para venda, quando forem tiradas do bolso ou da bolsa de um fumante, e quando forem descartadas. As advertências são uma das formas mais baratas e de mais amplo alcance de educação pública disponíveis, não importa se as pessoas compram cigarros avulsos ou maços.^{31, 32, 33} ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA As advertências ilustradas ‘demonizam’ os fumantes.

RESPOSTA: As advertências ilustradas não ‘demonizam’ os fumantes. Estudos mostram que advertências ilustradas grandes são apoiadas pela maioria dos não fumantes e também por fumantes.^{16, 34} As advertências ilustradas fornecem aos fumantes informações úteis sobre efeitos à saúde, e o apoio às advertências ilustradas grandes aumenta com o tempo.⁴ Fumantes que vivem em países que já contam com advertências ilustradas grandes, como o Canadá, afirmam que querem ver mais informações de saúde nos maços de cigarros.³⁵ ■



Advertência, Canadá



Advertência, Brasil

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA Se o governo quer divulgar mensagens de saúde, deve utilizar outdoors ou comerciais de TV.

RESPOSTA: As embalagens de cigarros têm alcance universal, e o custo das advertências nas embalagens é pago pelas empresas de tabaco, não pelo governo. Além disso, a combinação de campanhas na mídia de massa e melhores advertências nas embalagens é mais eficaz do que apenas uma campanha de mídia de massa isolada.²¹ ■

ARGUMENTO DA INDÚSTRIA As advertências de saúde devem informar o público, e não assustar ou estigmatizar os fumantes.

RESPOSTA: Advertências eficazes aumentam o conhecimento sobre os riscos e podem influenciar decisões futuras sobre o fumo.^{3, 4} As advertências são mais eficazes na comunicação dos riscos à saúde do uso do tabaco quando contêm tanto imagens como palavras, são grandes e coloridas.^{13, 15} Advertências grandes e ilustradas têm o apoio da maioria de não fumantes e fumantes; as advertências gráficas fornecem aos fumantes informações importantes sobre os efeitos à saúde, e o apoio a essas advertências aumenta com o tempo.³⁴⁻³⁶ ■



Advertência, Paquistão

(1) The Tobacco Institute. Tobacco in the developing nations (internal industry document.) 1980. Bates No. HK1327041/7057. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/iji20a00> (2) Health Promotion Board — Singapore. Graphic health warnings on tobacco packaging inspire smokers to quit the habit: Singapore: 2006. Available from: http://www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233. (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) CRÉATEC + Market Studies. Effectiveness of health warning messages on cigarette packages in informing less-literate smokers, final report. Montreal, Quebec: Communications Canada; 2003. Available from: http://www.smoke-free.ca/warnings/WarningsResearch/Createc_LiteracyFinal_EN_Dec03.doc. (6) Millar WJ. Reaching smokers with lower educational achievement. *Health Reports (Statistics Canada)*. 1996;8(2):11-9. (7) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Guidelines to Article 11, para 23. Geneva: WHO; 2009. Available from: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11/en/index.html. (8) Levie WH, Lentz R. Effects of text illustrations: A review of research. *Educational Communication and Technology Journal*. 1982;30(4):195-232. (9) Braun CC, Kline PB, Silver NC. The influence of colour on warning label perceptions. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 1995. (10) Wogalter WS, Godfrey SS, Fontenelle GA, Desaulniers DR, Rothstein PR, Laughery KR. Effectiveness of warnings. *Human Factors*. 1987;29(5):599-612. (11) Sherman SJ, Cialdini RB, Schwartzmann DF, Reynolds KD. Imagining can heighten or lower the perceived likelihood of contracting a disease: The mediating effect of ease of imagery. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1985;11(1):118-27. (12) Leventhal H. Findings and theory in the study of fear communications. In: Berkowitz L, editor. *Advances in experimental social psychology*. New York: Academic Press; 1970. p. 119-86. (13) Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008 [cited on 2008 September 25]. Available from: [http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20\(Hammond%202008\).pdf](http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20(Hammond%202008).pdf). (14) 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. (15) Liefeld JP. The relative importance of the size, content and pictures on cigarette package warning messages. Department of Consumer Studies, University of Guelph, Prepared for Health Canada; 1999. (16) O'Hegarty M, Pederson LL, Nelson D, Mowery P, Gable JM, Wortley P. Reactions of young adult smokers to warning labels on cigarette packages. *American Journal of Preventive Medicine*. 2006;30(6):467-73. (17) Environics Research Group. Testing new health warning messages for cigarette packages: A summary of three phases of focus group research: Final report, prepared for Health Canada. 2000. Available from: <http://www.tobaccolabels.ca/health/canada>. (18) European Union (EU). Directive 2001/37/EC. 2001. Available from: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:194:0026:0034:EN:PDF>. (19) Case C-491/01, The Queen v. Secretary of State for Health, ex parte British American Tobacco (Investments) Ltd. and Imperial Tobacco Ltd., (2002). (20) Canada (Attorney General) v. JTI-Macdonald Corp., [2007] 2 S.C.R. 610, 2007 SCC 30, (2007). (21) World Health Organization (WHO). WHO Report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: 2008. Available from: http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf. (22) 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. (23) 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. (24) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Article 4. Geneva: 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/. (25) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Article 11.1(b)(i-v). Geneva: 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/. (26) Wakefield M, Morley C, Horan JK, Cummings KM. The cigarette pack as image: New evidence from tobacco industry documents. *Tobacco Control*. 2002 March;11 Suppl 1:173-80. (27) Mahood G, World Health Organization. Canada's Tobacco Package Label or Warning System: "Telling the Truth" about Tobacco Product Risks. Geneva: World Health Organization; 2003. Available from: http://www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_canada_package.pdf. (28) Health Canada. Tobacco Products Information Regulations. Regulatory Impact Analysis Statement. Canada Gazette Part I; April 1, 2000. (29) Cavalcante T, World Health Organization. Labelling and Packaging in Brazil. Geneva: World Health Organization; 2003. Available from: http://www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_brazil_labelling.pdf. (30) World Health Organization. Guidelines for implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and labelling of tobacco products). Geneva: World Health Organization; 2008. Available from: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11/en/index.html. (31) Brown KS, Diener A, Ahmed R, Hammond D. Survey methods. In: Health Canada, editor. 2002 Youth Smoking Survey Technical Report. Ottawa: Ministry of Health; 2005. (32) Environics Research Group. The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages--Survey of adults and adult smokers: Wave 9 surveys. 2005. (33) Fong G. International tobacco control policy evaluation. ITC South East Asia Survey; 2007. (34) 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. (35) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Brown KS, Cameron R. Graphic Canadian cigarette warning labels and adverse outcomes: evidence from Canadian smokers. *American Journal of Public Health*. 2004 Aug;94(8):1442-5. (36) O'Hegarty M, Pederson LL, Yenokyan G, Nelson D, Wortley P. Young adults' perceptions of cigarette warning labels in the United States and Canada. *Preventing Chronic Disease*. 2007.