

ADVERTÊNCIAS

Informações Essenciais

A embalagem do cigarro é um veículo de comunicação essencial para a indústria do tabaco

As empresas de tabaco dependem do design da embalagem para construir reconhecimento de marca e promover vendas, principalmente porque a publicidade do tabaco está ficando cada vez mais limitada em muitos mercados.

- A embalagem estabelece uma imagem de marca que normalmente é totalmente oposta às realidades e riscos associados ao consumo de tabaco.² As empresas de tabaco criam uma imagem de marca que promove ideais de status, riqueza, sex appeal, glamour, magreza, masculinidade, atletismo e saúde, entre muitos outros.
- Para o fumante, principalmente o fumante adolescente, a embalagem do produto de tabaco representa um crachá que diz como ele quer ser visto pelos outros.³

Advertências ilustradas funcionam!

Depois que Cingapura introduziu suas advertências ilustradas em 2004, uma pesquisa do Conselho de Promoção da 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.⁴

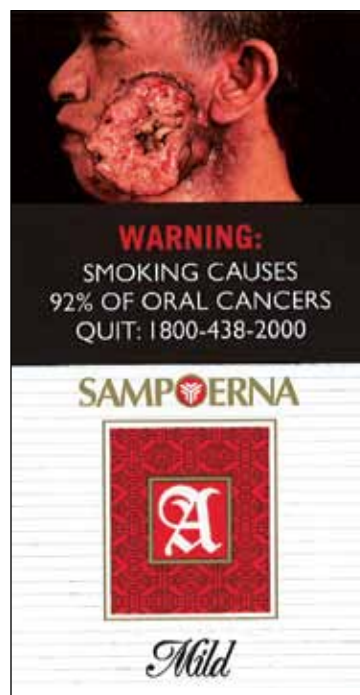
Advertências ilustradas comunicam eficazmente os riscos do consumo de tabaco.

O controle sobre as embalagens de cigarros é crítico para as ações de controle do tabagismo. As embalagens de cigarros são meios eficazes de transmitir mensagens sobre o impacto nocivo do consumo de tabaco. Pesquisas mostram que advertências eficazes aumentam o conhecimento sobre os riscos associados ao tabagismo e podem influenciar decisões futuras sobre fumar.^{5, 6} Advertências grandes e gráficas podem motivar fumantes a parar, desestimular não fumantes de começarem⁷, e impedir que ex-fumantes comecem novamente.⁸

- 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.^{5,9}
- Depois que o Brasil introduziu novas advertências ilustradas em 2002, 73% dos fumantes afirmaram aprová-las, 54% disseram que haviam mudado de opinião sobre as consequências do tabagismo à saúde, e 67% disseram que as novas advertências fizeram com que quisessem parar.¹⁰
- Após a introdução de advertências ilustradas na Austrália, 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.¹¹

“Nosso veículo final de comunicação com nossos fumantes é a embalagem em si. Na ausência de quaisquer outras mensagens de marketing, nossa embalagem... é o único comunicador de nossa essência de marca. Dito de outra forma: Quando não temos mais nada, nossa embalagem é nosso marketing.”

Executivo da Phillip Morris Company, empresa transnacional fabricante de cigarros.¹



Advertência, Cingapura

ADVERTÊNCIAS: Informações Essenciais

Componentes de uma advertência eficaz*

COMPONENT	DESCRIÇÃO	IMPACTO
Localização	Colocar advertências nas principais áreas de exibição (frente e verso — os maiores painéis da embalagem).	Mensagens em local de destaque são mais prováveis de serem notadas.
Tamanho	Cobrir pelo menos 50% das principais áreas visíveis da embalagem.	Mensagens grandes têm maior probabilidade de serem notadas. A eficácia da advertência aumenta com o tamanho. Advertências grandes provocam respostas emocionais e aumentam a motivação para parar.
Imagens	Ilustrar os efeitos nocivos do tabagismo através de imagens ou fotos.	Fotos e gráficos fortes ajudam os fumantes a visualizarem a natureza de uma doença causada pelo tabagismo mais do que apenas palavras. As fotos têm maior probabilidade de atrair atenção e serem lembradas quando uma pessoa decide se vai ou não fumar ou reduzir o consumo de tabaco. As fotos são especialmente importantes em regiões com baixa escolaridade ou nas quais pesquisas mostram que os fumantes estão ignorando advertências apenas com texto. As advertências têm maior probabilidade de atingir crianças e adolescentes, principalmente filhos de fumantes, que são particularmente vulneráveis.
Cor, Fundo e Fonte	Uso total de cores. Cores que contrastem com o fundo e o texto.	Maximiza a visibilidade e facilita a compreensão.
Alternância	Usar múltiplas advertências e mensagens de saúde em todos os produtos de tabaco simultaneamente ou alterná-las periodicamente.	Previne a superexposição e que o público-alvo se habitue à imagem.
Texto	Relacionar fatores de risco ressaltando os efeitos nocivos e o impacto da exposição ao tabaco. Incluir a magnitude de riscos específicos. Fornecer orientação para parar e informações sobre telefones locais de assistência. Identificar a natureza viciante do tabaco. Explicitar a associação emocional desfavorável ao consumo de tabaco.	As mensagens ressaltam os efeitos nocivos do tabaco e fornecem informações importantes de saúde pública que, de outra forma, não estariam acessíveis. As mensagens explicitando associações emocionais desfavoráveis sobre o consumo de tabaco são mais confiáveis e convincentes.
Idioma	Usar o(s) idioma(s) principal(is) do país.	Mensagens em todos os idiomas principais garantem um alcance mais amplo.
Atribuição de fonte	A advertência deve identificar uma fonte, como uma autoridade de saúde nacional (ex. Ministério da Saúde), que endosse as mensagens de saúde.	Dependendo da cultura, uma atribuição pode dar credibilidade à mensagem.

*Os componentes destacados neste tabela são melhores práticas derivadas das Diretrizes do Artigo 11 da FCTC e das Orientações para Rotulagem e Embalagem produzidas pelo Centro de Recursos de Embalagem de Tabaco.

A Convenção-Quadro para o Controle do Fumo (CQCF) da Organização Mundial da Saúde (OMS) exige advertências de saúde eficazes¹²

A CQCF, o primeiro tratado global de saúde pública no mundo, estabelece uma estrutura de políticas para reduzir os impactos devastadores à saúde e à economia decorrentes do consumo de tabaco. O Artigo 11 da CQCF exige que seus Membros implementem medidas eficazes para advertir contra o impacto nocivo do consumo de tabaco em todas as embalagens de produtos de tabaco dentro de três anos após a ratificação. A implementação de políticas de advertências ilustradas não traz custos financeiros ao governo; as despesas são pagas pelas empresas de tabaco.

Progresso global na implementação de advertências¹³

Os governos fizeram progressos extraordinários na melhoria das advertências de saúde, implementando medidas estabelecidas pela CQCF da OMS.

Desde dezembro de 2010, mais de 30 países/jurisdições implementaram advertências ilustradas em embalagens de cigarros que cobrem no mínimo 30% de toda a embalagem. Para uma lista mais atualizada de países e detalhes sobre esses países, visite http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/en/WL_examples_en.pdf.

Principais mensagens

- As embalagens de cigarros são um veículo essencial de comunicação para a indústria do tabaco; as empresas de tabaco dependem do design da embalagem de cigarros para construir reconhecimento de marca e promover vendas.^{2,3}
- Advertências de saúde ilustradas comunicam os riscos do consumo de tabaco. Advertências eficazes aumentam o conhecimento sobre os riscos associados ao tabagismo e podem diminuir as intenções de fumar entre os adolescentes¹¹, persuadir os fumantes a parar^{6,14} e evitar que ex-fumantes comecem novamente.
- 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.^{5,9}
- As advertências eficazes são grandes, claras, alternantes, cobrem pelo menos 50% da embalagem total do produto de tabaco e consistem tanto em textos como imagens gráficas.¹²
- Os países-membros da CQCF são obrigados a implementar medidas eficazes de advertência contra o impacto nocivo do consumo de tabaco em todas as embalagens de produtos de tabaco dentro de três anos após a ratificação.¹²



Advertência, Bélgica



Advertência, Tailândia



Advertência, Nova Zelândia

Referências

- 1 Hult M. Presentation at the May 17, 1994 Corporate Affairs Conference: Marketing Issues (internal industry document.) Philip Morris. 1994. Bates No. Bates No. 2504015017/5042. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/jga42e00>
- 2 Center for Behavioural Research in Cancer. Health warnings and contents labelling on tobacco products: Review, research and recommendations/ prepared by the Centre for Behavioural Research in Cancer. Report prepared for the Ministerial Council on Drug Strategy Tobacco Task Force on Tobacco Health Warnings on Content Labelling in Australia. Carlton South: The Center; 1992.
- 3 Cunningham R, Kyle K. The case for plain packaging. *Tobacco Control*. 1995;4(1):80-6.
- 4 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.
- 5 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.
- 6 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.
- 7 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.
- 8 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 from: [http://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).
- 9 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.
- 10 Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil: (2002).
- 11 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.
- 12 World Health Organization (WHO). WHO Framework Convention on tobacco control. Geneva: WHO; 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/.
- 13 Hammond D. FCTC Article 11 Fact Sheet: Health warnings on tobacco packages. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available online: http://www.tobaccolabels.ca/tobaccolab/labelling_.
- 14 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).