

Os males do fumo em destaque

06/07/2009
Diário do Grande ABC

A cada ano, no mundo, 5,4 milhões de pessoas morrem por doenças direta ou indiretamente decorrentes do fumo. Entre as alternativas para o controle dessa alarmante epidemia está o uso de imagens que despertam aversão estampadas nas embalagens de produtos derivados do tabaco. A medida é adotada no Brasil desde 2001 com bons resultados.

A concepção das novas imagens, que devem entrar em circulação ainda este ano foi, pela primeira vez, feita através de parceria entre órgãos de saúde pública do governo e cientistas de várias universidades. O resultado foi um estudo para elaboração de imagens mais intensas e eficazes na indução de comportamentos de repulsa ao maço de cigarro, inclusive entre os fumantes.

Estima-se que 200 mil pessoas morram por ano no Brasil de doenças decorrentes do consumo de produtos de tabaco. As ações implantadas nos últimos 20 anos para reduzir esse número mostram resultados positivos: a proporção de fumantes na população acima de 18 anos caiu de 34,8% em 1989 para 22,4% em 2003 e para 16% em 2006. Esse percentual é inferior ao de países como Estados Unidos (23,2%), Argentina (29,7%), França (29,9%) e Espanha (33,2%).

Uma das ações foi a aprovação da lei que obriga o fabricante ou importador de produtos de tabaco a inserir, nas embalagens, advertências e fotografias que descrevam as consequências do fumo. Considerando que as imagens devem ser substituídas regularmente para que não percam o impacto, o Ministério da Saúde determinou a realização de estudos para definir novas advertências.

Com esse objetivo, foi criado um grupo liderado pelo Inca (Instituto Nacional do Câncer) e composto pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e por equipes coordenadas pelos pesquisadores Eliane Volchan, Billy Nascimento e Sonia Gleiser da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro); Letícia de Oliveira e Mirtes Pereira da UFF (Universidade Federal Fluminense); Rejane Spitz e Antonio Gamba da PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro).

Teste - A primeira parte dos estudos desse grupo foi a avaliação das imagens (sem textos) das 19 advertências já veiculadas por 212 universitários, 38 deles (18%) fumantes. As imagens foram apresentadas a esses voluntários junto com dezenas de fotografias de um catálogo de imagens usado em estudos da emoção. Com base em uma escala, os participantes avaliaram as imagens de acordo com dois grandes eixos: um que indica o quanto a imagem é prazerosa ou desprazerosa e outro que indica a intensidade transmitida pelo estímulo. Com base no conhecimento de estudos anteriores, os pontos alcançados na escala podem ser associados com reações físicas à visualização das imagens, como contração de músculos faciais, mudanças nos batimentos cardíacos e na postura corporal e sudorese.

Os participantes foram informados que o propósito do estudo era a avaliação de fotos emocionais, sem que fosse explicitada a ligação com o controle do tabagismo.

Os resultados mostram que as imagens usadas nas advertências foram consideradas desagradáveis, mas apenas moderadamente aversivas. A avaliação das advertências pelos fumantes foi similar à dos não fumantes, exceto para as imagens que continham cenas de pessoas fumando, consideradas mais agradáveis pelos fumantes.

Nova restrição - Além da propaganda antitabagista nos maços e caixas de cigarro, a luta contra o tabaco tem mais uma aliada no Estado de São Paulo: a lei que proíbe o fumo em ambientes fechados.

A legislação foi sancionada pelo governador José Serra (PSDB) em maio e está prevista para entrar em vigor em agosto.

Restaurantes, bares e similares já estão deixando de lado alguns hábitos, como colocar cinzeiro à disposição dos clientes.

No entanto, a lei não inclui só locais de lazer. A proibição inclui empresas e também bane a criação de fumódromos. Quem for pego nas blitzes realizadas pela vigilância sanitária será multado.

Estudo aponta imagens mais eficientes - A pesquisa também apontou estratégias para a criação de novas advertências. Verificou-se que, para aumentar a eficiência, as imagens deveriam evitar cenas de consumo de cigarros e ser mais intensas, ou seja, mais assustadoras. Imagens indicativas de risco de morte e/ou contendo lesões corporais foram as que obtiveram pontuações mais estreitamente associadas ao comportamento de afastamento e repulsa.

Com base nessas conclusões, foram desenvolvidas ideias para expressar, em linguagem visual que provocasse alto grau de aversão, temas relacionados às consequências do tabagismo. Foi dada atenção especial à abordagem do público atualmente mais vulnerável às estratégias de comercialização das empresas de tabaco, como jovens, mulheres e classes economicamente menos favorecidas.

Além disso, procurou-se evitar imagens que despertassem o desejo de fumar, entre elas as de pessoas fumando, de cinzeiros, de isqueiros e de cigarros acesos.

Nova avaliação - As imagens desenvolvidas foram avaliadas por 362 jovens, homens e mulheres, de 18 a 24 anos, e metade dos quais fumantes. Foi pedido que, usando a escala, assinalassem o que sentiam ao ver cada imagem, sem que soubessem que estavam avaliando imagens para futuras advertências.

Em comparação com os resultados da avaliação das advertências já veiculadas, as imagens foram classificadas como mais repulsivas.

Mortes evitáveis - O consumo de cigarros ou outros produtos fabricados com as folhas de tabaco é a principal, e praticamente única, causa de morte evitável do mundo.

Estampadas nos maços e incluídas na publicidade exposta nos pontos de venda, as advertências alertam o fumante quanto aos prejuízos à sua saúde que podem ocorrer no presente e no futuro e contribuem para desestimular os jovens que estejam experimentando a droga. Seu caráter assustador é um meio pelo qual a mensagem pode ser assimilada pelo usuário, de maneira clara, contribuindo para o combate à epidemia do tabaco.