
Dia Mundial Sem Tabaco

2008

“Juventude Livre do Tabaco”



Manual de Orientações



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997



Secretarias Municipais
e Estaduais de Saúde

Secretaria Nacional
Antidrogas

Ministério
da Educação

Ministério
da Saúde



Manual de Orientações Dia Mundial Sem Tabaco 2008 (31 de maio)

© 2008 Ministério da Saúde.

É permitida a reprodução total ou parcial desta obra, desde que citada a fonte.

Tiragem: 100 exemplares

- **Criação, Informação e Distribuição**

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Praça Cruz Vermelha, 23 - Centro

20231-130 - Rio de Janeiro – RJ

www.inca.gov.br

Realização

- **Coordenação de Prevenção e Vigilância – Conprev**

Divisão de Controle do Tabagismo

Rua dos Inválidos, 212 / 2º andar – Centro.

Rio de Janeiro – RJ - Cep: 20231-020

Tel: (21) 3970- 7414 - Fax: (21) 3970-7500

e-mail: prevprim@inca.gov.br

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Instituto Nacional de Câncer - INCA

**Manual de Orientações Dia Mundial Sem Tabaco 2008
(31 de maio)
“Juventude Livre do Tabaco”**

Rio de Janeiro, RJ

2008

Coordenação de Elaboração

Tânia Maria Cavalcante

Equipe de Elaboração

Cristina Perez, Érica Cavalcanti Rangel, Tânia Cavalcante e Valéria Cunha.

Colaboradores

Aline Mesquita, Ana Paula Jaques, Andréa Reis Cardoso, Bernardo Brazil, Cleide Carvalho, Cristiane Vianna, Felipe Mendes, Luana Sales, Maria Raquel Fernandes Silva, Mariana Pinho, Paulo Silveira, Ricardo Meirelles, Rita de Cássia Martins, Tamiris Lima de Moraes e Vera Colombo.

APRESENTAÇÃO

A Organização Mundial da Saúde (OMS) escolheu o tema **”JUVENTUDE LIVRE DE TABACO”** para celebração do **Dia Mundial sem Tabaco em 2008**.

Trata-se de uma decisão muito acertada, já que a OMS considera o tabagismo uma doença pediátrica, pois a maioria dos fumantes experimenta seu primeiro cigarro e se torna dependente antes dos 18 anos de idade.

Este ano, o Ministério da Saúde, junto com o Ministério da Educação (MEC) e a Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD) propõem que essa data se torne um marco para unir esforços e fortalecer iniciativas nacionais voltadas para prevenção do tabagismo entre crianças e adolescentes.

Vulneráveis às estratégias de propaganda e marketing promovidas para captar novos consumidores, cerca de 100 mil jovens começam a fumar todos os dias. Segundo dados do Banco Mundial, 80% destes vivem em países em desenvolvimento.

Documentos internos de grandes companhias transnacionais de tabaco deixam claro que adolescentes são o alvo preferido das suas atividades de propaganda e marketing. Somadas aos baixos preços dos produtos e à facilidade de acesso nos pontos de venda, essas atividades contribuem para facilitar a experimentação e a iniciação no penoso caminho da dependência aos produtos de tabaco.

Nos últimos anos, ações de controle do tabagismo no Brasil conseguiram expressivas reduções na prevalência de fumantes na população adulta.

No entanto, reduzir a experimentação entre crianças e adolescentes ainda representa um grande desafio. No Brasil, assim como em vários outros países, o tabaco é a segunda droga mais consumida entre adolescentes e, junto com o consumo de bebidas alcoólicas, representa uma das portas de entrada para o consumo de drogas ilícitas.

Por compartilhar com o Conselho Econômico e Social das Nações Unidas o entendimento de que “O tabagismo contribui para o empobrecimento dos indivíduos e de suas famílias porque os consumidores de tabaco têm maiores chances de adoecerem, perderem produtividade e renda”, o Governo do Brasil incluiu na sua agenda de desenvolvimento ações para controle do tabagismo.

Como parte do Programa de Aceleração do Crescimento-Saúde (Mais Saúde), ações para prevenção da iniciação no tabagismo ganharam um espaço especial no Programa de Saúde dos Escolares, que vem sendo desenvolvido em parceria com o MEC e a SENAD.

Nessa perspectiva, o Dia Mundial sem Tabaco (DMST) oferece uma grande oportunidade para

trazer algumas reflexões sobre esse tema para toda a sociedade brasileira, sobretudo para profissionais de saúde e de educação, formuladores de políticas públicas e legisladores brasileiros.

A Constituição Brasileira e o Estatuto da Criança e do Adolescente consideram todas as crianças e adolescentes, “pessoas em condição peculiar de desenvolvimento” e a quem se deve assegurar “prioridade absoluta” na formulação de políticas públicas “a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade”.

Nesse sentido, torna-se fundamental que todos compartilhem o entendimento e participem da implementação de medidas educativas para promover mudanças positivas de crenças, atitudes e comportamentos relacionadas ao tabagismo entre crianças e adolescentes. E, principalmente, que apoiem a adoção ou o fortalecimento de medidas legislativas para proteger nossos pequenos cidadãos de atividades predadoras de mercado que buscam a qualquer custo explorar suas vulnerabilidades para captá-los como novos dependentes de produtos de tabaco.

O Dia Mundial sem Tabaco pretende gerar reflexões e sugerir as ações necessárias para um efetivo controle do tabagismo, ao propor estratégias e políticas públicas consistentes para os jovens.

Esperamos contar com a colaboração de todos para alcançar tais objetivos.

Índice

1. INTRODUÇÃO	
➤ O que é o Dia Mundial sem Tabaco?	05
➤ O tema escolhido para o Dia Mundial sem Tabaco 2008	05
2. RELEVÂNCIA DO TEMA DO DIA MUNDIAL SEM TABACO 2008	
➤ A amplitude do problema tabagismo	07
➤ Tabagismo um entrave para o desenvolvimento sustentável	07
➤ A epidemia do tabagismo: resultado de estratégias de mercado	08
➤ Crianças e adolescentes: as maiores vítimas	10
➤ Tabagismo: uma doença pediátrica	12
➤ Tratado Internacional para controle do tabagismo	12
3. RELEVÂNCIA DO TEMA PARA O BRASIL	14
4. O QUE O BRASIL ESTÁ FAZENDO PARA PREVENIR A INICIAÇÃO DO TABAGISMO ENTRE JOVENS	18
5. AÇÕES AINDA NECESSÁRIAS PARA VENCER OS DESAFIOS DA EXPERIMENTAÇÃO E INICIAÇÃO NO TABAGISMO	20
6. ATIVIDADES PROGRAMADAS PARA O DIA MUNDIAL SEM TABACO NO BRASIL	21
7. SUGESTÕES PARA AS ATIVIDADES EM COMEMORAÇÃO AO DIA MUNDIAL SEM TABACO:	
➤ Sugestões de atividades para a divulgação da data Nível Estadual e Municipal	22
➤ Sugestões de atividades para escolas, unidades de saúde, ambientes de trabalho e comunidade:	
• Escolas	23
• Unidades de Saúde, Organizações e Associações de Classe	24
• Ambientes de Trabalho	25
• Comunidade	25
8. DIVULGUE SUAS PRÓPRIAS INICIATIVAS	26
9. AVALIAR PARA VALORIZAR SUAS ATIVIDADES	26
10. BIBLIOGRAFIA	27
11. LINKS INTERESSANTES	28
12. ANEXOS	28

1. INTRODUÇÃO

➤ O QUE É O DIA MUNDIAL SEM TABACO?

Em 1987, a Assembléia Mundial de Saúde aprovou uma resolução determinando que a celebração do Dia Mundial sem Tabaco acontecesse, a cada ano, no dia 31 de maio. Desde então, anualmente, a Organização Mundial da Saúde (OMS) articula em todo o mundo esta atividade, definindo um tema a ser abordado por seus 192 países membros, com a finalidade de colocar em evidência as diferentes interfaces e problemáticas do consumo de tabaco e de engajar diferentes organizações, instituições e atores sociais na implementação de ações de controle do tabagismo.

Assim, todos os Estados Membros da OMS desenvolvem atividades no mesmo período, abordando o mesmo tema, e repercutindo a mensagem em todo o mundo.

No Brasil, o Ministério da Saúde, através do Instituto Nacional de Câncer (INCA), coordenador do Programa Nacional de Controle de Tabagismo, divulga e comemora, anualmente, o Dia Mundial sem Tabaco desde a sua criação. As constantes parcerias junto as Secretárias Estaduais e Municipais de Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Organizações Governamentais e Não-Governamentais, têm proporcionado o desenvolvimento de ações nacionais para sensibilizar e mobilizar a população brasileira para os danos sociais, políticos, econômicos e ambientais ocasionados pelo tabaco.

➤ TEMA ESCOLHIDO DO DIA MUNDIAL SEM TABACO 2008

“JUVENTUDE LIVRE DE TABACO”

• Mensagem da OMS:

O tabaco é a principal causa evitável de morte no mundo. É o único produto que mata quando consumido como orientam os seus fabricantes. O tabaco mata cerca de 50% de seus usuários regulares.

Atualmente, existem um bilhão de jovens no mundo, sendo que 85% deles vivem em países em desenvolvimento. Quando sobrevivem ao vulnerável período da infância, eles são geralmente saudáveis. No entanto, o uso do tabaco contribui em grande parte para o conjunto de elementos mortais que estão mudando a clássica imagem de uma juventude saudável no mundo.

A experimentação durante a adolescência de um produto altamente capaz de causar dependência e

agressivamente promovido pela indústria do tabaco pode, facilmente, levar a toda uma vida de dependência do tabaco.

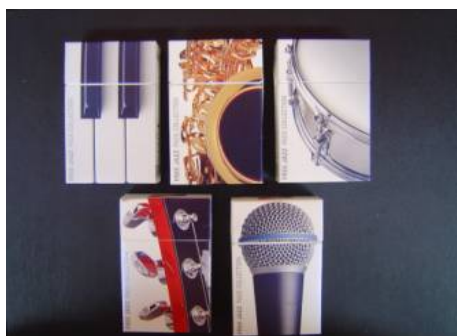
Um dos meios mais efetivos para proteger os jovens dos danos do uso do tabaco é proibir a publicidade, a promoção dos produtos de tabaco e as atividades de patrocínio de eventos pela indústria que o produz.

O objetivo do tema do Dia Mundial sem Tabaco 2008 é alertar sobre as estratégias de marketing utilizadas para captar novos consumidores, sobretudo entre os jovens:

“As estratégias de marketing seduzem os jovens para o uso de um produto, o tabaco, que mata a metade de seus consumidores. A proibição completa de toda forma de publicidade direta ou indireta, incluindo o patrocínio de eventos, é altamente efetiva para proteger a juventude do tabagismo”.

A OMS alerta para o fato de que estas estratégias de *marketing* são globais e dentre elas estão:

- **Publicidade:** Inserção de produtos derivados do tabaco nos meios de publicidade como avisos em jogos de vídeo game, em brinquedos ou outros jogos; vinculação de marcas nas cenas de artistas consumindo tabaco em telenovelas ou filmes e patrocínio de esportes ou outros eventos com o objetivo de comunicar a “função” do produto e suas características aos jovens.
- **Promoção do acesso ao produto:** colocação dos produtos em lugares de livre acesso, tais como prateleiras de supermercado, lojas de conveniência, vendas pela Internet, máquinas automáticas de venda de cigarro e outros novos métodos de exposição desenvolvidos especificamente para chamar a atenção dos jovens fumantes e fazer dos produtos de tabaco um bem mais acessível.
- **Embalagem:** uso de termos falsos e enganosos tais como “*light*”, “*baixo teor de alcatrão*” e “*suave*”; criação de marcas com diferentes aromas e sabores, tais como cigarros sabor chocolate, menta, baunilha, tutti frutti; tamanho dos maços; cores; formatos e nomes de marcas, desenvolvidos para tornar o produto mais atrativo para os jovens.
- **Preços:** promoções e incentivos à compra, tais como descontos na aquisição de vários pacotes e venda de cigarros em maços pequenos, para fazer com que o produto seja mais acessível aos jovens.



Maços com imagens para atrair consumidores

2. RELEVÂNCIA DO TEMA

➤ A AMPLITUDE DO PROBLEMA DO TABAGISMO:

- O tabagismo é reconhecido como uma doença crônica gerada pela dependência da nicotina e, por isso, está inserido na Classificação Internacional de Doenças (CID10) da Organização Mundial da Saúde.
- Também é considerado o mais importante fator de risco isolado para cerca de 50 doenças, muitas delas graves e fatais como o câncer, as cardiovasculares, enfisema, entre outras.
- É um problema que também aflige os não fumantes que, ao se exporem à fumaça de produtos de tabaco em recintos coletivos (tabagismo passivo), correm o risco de desenvolver câncer, infarto, infecções respiratórias, dentre outros agravos. Por isso, quando ocorre em ambientes de trabalho, o tabagismo passivo é considerado um risco ocupacional.
- Morrem no mundo cerca de cinco milhões de pessoas por ano, devido ao tabagismo, sendo 200 mil no Brasil.
- Segundo estimativas da OMS, só no século XX a epidemia de tabaco matou cerca de 100 milhões de pessoas. Caso as atuais tendências de consumo sejam mantidas, no século XXI o tabaco poderá matar cerca de 1 bilhão.
- A OMS estima que, a partir de 2020, de cada 10 mortes atribuídas ao tabaco, sete delas acontecerão nos países em desenvolvimento, nos quais já se concentram 80% do consumo mundial de produtos de tabaco, principalmente de cigarros.

➤ TABAGISMO: UM ENTRAVE PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Segundo o Relatório do Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC), de 2006,

“O tabaco contribui para o empobrecimento dos indivíduos e de suas famílias porque os seus consumidores têm maiores chances de adoecerem, perderem produtividade e renda. Além disso, a produção agrícola de tabaco e a manufatura dos seus derivados podem contribuir em alguns casos para o adoecimento e o empobrecimento das famílias envolvidas nessas atividades. Tabaco e pobreza formam um ciclo vicioso do qual é difícil escapar, a não ser que os tabagistas sejam encorajados e apoiados para abandonar o consumo”.¹

¹ Secretary General's Report to ECOSOC on the activities of the UN Ad Hoc Inter-Agency Task Force on Tobacco Control http://www.who.int/tobacco/communications/events/ecosoc_2006/en/index.html

➤ A EPIDEMIA DO TABAGISMO: RESULTADO DE ESTRATÉGIAS DE MERCADO

- Em detrimento de todo o conhecimento acumulado sobre os graves riscos do tabagismo, estratégias cada vez mais ousadas e sofisticadas têm garantido que o consumo de tabaco continue a crescer.
- Atualmente, existem cerca de 1,3 bilhões de tabagistas no mundo, sendo que 80% deles vivem em países pobres.
- Trata-se de um consumo fortemente induzido por grandes companhias transnacionais de fumo, que atuam de forma globalizada e buscam garantir a continuidade do negócio em qualquer parte do planeta.
- Essas companhias têm conquistado novos mercados principalmente onde existem amplas vulnerabilidades coletivas, traduzidas por insuficiência de conhecimento da população sobre a realidade dos riscos do tabagismo e pela existência de representações sociais positivas relativas ao consumo de seus produtos.
- As vulnerabilidades coletivas se tornam ainda maiores, quando a elas se associam as vulnerabilidades políticas, habilmente construídas por companhias transnacionais de fumo em vários países. Nestas, há o objetivo de criar um clima de “boa vontade política” para bloquear ações de controle do tabagismo e assim garantir a expansão dos negócios.
- Para isso, companhias de fumo costumam assediado políticos, parlamentares, governantes, juristas e seduzi-los com discursos desenvolvimentistas e ambientalistas, além de financiar ações sociais e campanhas políticas, em troca de incentivos fiscais e acordos voluntários que beneficiem seus negócios.
- Essas estratégias estão descritas em documentos internos de companhias de fumo como a British American Tobacco (BAT), abertos ao público através de litígio nos EUA². Tais materiais descrevem alguns objetivos e estratégias do Programa Corporativo de Responsabilidade Social dessa companhia e deixam claras suas reais intenções:

“... Ampliar o acesso e influenciar reguladores e políticos.”

“... Promover uma reputação positiva a fim de melhorar nossa capacidade de formatar o futuro ambiente para os negócios.”

“... Entre os projetos estão uma clínica para diagnóstico de doenças; acomodação para os sem teto; assim como patrocínio de programas de arte e de educação. Para BAT tais programas não só conquistam aliados nos mercados locais como abrem as portas de políticos e reguladores “

² <http://www.ash.org.uk/html/conduct/pdfs/bat2005.pdf>

- Também revelam as reais intenções de iniciativas promovidas por companhias de fumo para prevenção da iniciação entre jovens:

“Nosso objetivo é comunicar que a indústria do tabaco não está interessada em que os jovens fumem e posicionar a indústria como uma ‘corporação cidadã responsável’ num esforço para repelir novos ataques pelo movimento anti-tabaco.”

(Philip Morris – América Latina: Campanha dirigida ao Jovem da América Latina, 1993)

“... Um programa para dissuadir os adolescentes de fumar (uma decisão adulta) poderia prevenir ou retardar outra regulamentação da indústria do tabaco.”

(Tobacco Institute, 1982, apud Campaign for Tobacco Free Kids 2001)

“Se pudermos apresentar uma legislação proativa ou outros tipos de medidas sobre a questão do acesso da juventude aos cigarros... protegeremos a nossa indústria durante décadas por vir.”

(Philip Morris, 1995, apud Campaign for Tobacco Free Kids, 2001)

“A crescente pressão das forças contra o tabaco na América Latina criou a necessidade de explorar várias opções para contrapor a publicidade negativa...Tendo em conta o clima legislativo adverso emergente na região, temos uma oportunidade de criar boa vontade para a indústria do tabaco e propor uma campanha pública para desestimular o consumo de cigarros entre jovens”

(Philip Morris, 1994 apud Campaign for Tobacco Free Kids 2001)

➤ CRIANÇAS E ADOLESCENTES: AS MAIORES VÍTIMAS

- Crianças e adolescentes são as maiores vítimas dessas estratégias, que têm como maior objetivo ampliar o contingente de consumidores e, assim, manter a lucratividade dos negócios de venda de produtos de tabaco. Documentos internos de grandes companhias de tabaco abertos ao público, devido a ações judiciais nos Estados Unidos, comprovam essas afirmativas.
- Em um desses documentos, uma grande companhia de cigarros manifesta seu entendimento de que captar os jovens para o consumo é essencial para a sobrevivência econômica do negócio:

“Se a companhia quiser sobreviver e prosperar no longo prazo, devemos conseguir uma fatia de mercado jovem... Assim nós precisamos elaborar novas marcas que sejam particularmente atraentes para o jovem fumante, e ao mesmo tempo agradem todos os fumantes... Talvez essas questões possam ser melhor abordadas considerando os fatores que influenciam os pré-fumantes a experimentarem um cigarro, aprender a fumar e se tornar fumantes definitivos.”

(R.J. Reynolds 1973)

- A adolescência é caracterizada por transformações biológicas e psicossociais que tornam essa fase do ciclo de vida um momento de especial suscetibilidade a estímulos externos, principalmente para aqueles que não contam com um sólido suporte social da família. É nesse período que o indivíduo busca formatar sua futura identidade enquanto adulto, a partir de seus sonhos e aspirações de ideais de auto-imagem.
- Os cientistas sociais a serviço de grandes companhias de tabaco sabem disso e habilmente exploram essas vulnerabilidades nas propagandas e em outras atividades de promoção de seus produtos.
- Assim, sofisticadas propagandas transformam as marcas de cigarros em um passaporte para o mundo adulto. Diferentes marcas são construídas e associadas à imagens e idéias para atingir os jovens que gostariam de se ver como adultos arrojados ou como intelectuais ou, quem sabe, como esportistas radicais ou artistas ousados e criativos. Há também marcas para os que se identificam com o mundo rural ou com o mundo zen, ou mesmo para os que se imaginam cidadãos do mundo.
- Nesse processo, as propagandas também buscam explorar a curiosidade própria dos adolescentes e incentivá-los a experimentar seus produtos.
- Mas, cientes de que o primeiro contato dos adolescentes com o cigarro é uma experiência

desagradável, devido ao efeito aversivo da nicotina e ao sabor forte do produto, os fabricantes trabalham ativamente através de simbolismos próprios dessa fase da vida para motivá-los a vencer essa barreira, experimentar e passar a usar o cigarro como um passaporte para o mundo adulto.

“O primeiro cigarro é uma experiência ruim para o principiante. Para dar conta do fato de que o fumante iniciante tolerará as sensações desagradáveis (do primeiro cigarro) nós precisamos evocar motivos psicológicos. Fumar um cigarro para o iniciante é um ato simbólico. Eu não sou mais a criança da minha mãe, eu sou forte, eu sou um aventureiro, eu não sou quadrado... A medida em que a força do simbolismo psicológico diminui, o efeito farmacológico assume o papel de manter o hábito.”

(Phillip Morris, 1969)

- Ao mesmo tempo, criam marcas de cigarros com sabores e aromas adocicados para tornar o primeiro contato com o produto menos aversivo e assim facilitar o caminho da iniciação ao tabagismo.

“Várias crianças, quando elas começam, não gostam do sabor do cigarro e elas começam a tossir. Mas um cigarro com sabor, digamos cereja, eles podem parecer melhor. E pode matar o gosto (ruim do cigarro) para eles e eles podem começar mais cedo.”

(Brown & Williamson, 1984, Bates #679235846)

- Outro aspecto importante do marketing é a colocação dos produtos nos pontos de venda. Estratégias de venda de cigarros em máquinas automáticas junto com outros produtos, venda em bancas de jornal, padarias, lojas de conveniência e Internet fazem parte desse universo.
- Paralelamente, estratégias que visam a redução dos custos de produção, tanto no âmbito agrícola, como no de manufatura, garantem os baixos preços dos produtos de tabaco, especialmente dos cigarros. Este é outro importante instrumento para fomentar o acesso em massa, sobretudo entre crianças e adolescentes.
- Segundo o Banco Mundial, os baixos preços dos cigarros são o principal fator facilitador do consumo entre jovens e o aumento de preços é uma das medidas mais eficientes para prevenir a iniciação nesta faixa etária, além do banimento da propaganda e de outras estratégias de marketing.

➤ **TABAGISMO: UMA DOENÇA PEDIÁTRICA**

- A OMS considera o tabagismo uma doença pediátrica, pois 90% dos fumantes começa a fumar antes dos 19 anos e a idade média de iniciação é de 15 anos.
- Enquanto principal alvo das estratégias de marketing, 100 mil jovens começam a fumar no mundo, a cada dia. Desses, 80% vivem em países em desenvolvimento.
- Pesquisas recentes demonstram a grande vulnerabilidade do cérebro dos adolescentes à dependência ao tabaco, que tende a se instalar logo nos primeiros contactos com o cigarro.^{3 4}
- Cerca de 30% a 50% dos que experimentam, se tornam dependentes e fumantes regulares.⁵

➤ **TRATADO INTERNACIONAL PARA CONTROLE DO TABAGISMO - UMA REAÇÃO DO MUNDO**

Esse foi um dos cenários que levou à **Convenção Quadro para Controle do Tabaco (CQCT)**, o primeiro tratado internacional de saúde pública negociado por 192 países, sob os auspícios da Organização Mundial da Saúde (OMS). A adesão do Brasil foi ratificada pelo Congresso Nacional em novembro de 2005.⁶

A Convenção-Quadro articula um conjunto de ações baseadas em evidências para responder à globalização da epidemia do tabagismo e reafirmar o direito de todas as pessoas aos mais altos padrões de saúde.

³ André Gervais, Jennifer O'Loughlin, Garbis Meshefedjian, Christina Bancej, Michèle Tremblay Milestones in the natural course of onset of cigarette use among adolescents CMAJ • August 1, 2006 • 175(3) | 255 <http://www.cmaj.ca/cgi/reprint/175/3/255?ijkey=12aae2abbf004141574b3da11e80fbe0da638f1e> Jennifer O'Loughlin* and André Gervais Adolescent smoking † CMAJ • February 27, 2007; 176 (5). doi:10.1503/cmaj.1060240. <http://www.cmaj.ca/cgi/content/full/176/5/658?ck=nck>

⁴ National Institute on Drug Abuse - <http://www.nida.nih.gov/ResearchReports/Nicotine/nicotine3.html>

⁵ Paul M. Cinciripini, Stephen S. Hecht, Jack E. Henningfield, Marc W. Manley, Barnett S. Kramer Tobacco Addiction: Implications for Treatment and Cancer Prevention. Journal of the National Cancer Institute, Vol. 89, No. 24, December 1997 <http://jnci.oxfordjournals.org/cgi/reprint/89/24/1852><http://jnci.oxfordjournals.org/cgi/reprint/89/24/1852>

⁶ Decreto nº 5.658, de 02 de Janeiro de 2006 - Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003. http://www2.mre.gov.br/dai/m_5658_2006.htm

- **Objetivos da Convenção - Quadro:**

- *Proteger as gerações presentes e futuras das devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco.*

- **Motivações da Convenção - Quadro:**

- No preâmbulo da Convenção, os Países Partes manifestam a grande preocupação com:

“as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo”

“...o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde”

- **As preocupações da Convenção-Quadro com a interferência da indústria do tabaco:**

- Em todo o corpo desse tratado perpassa a preocupação com as estratégias da indústria do tabaco para promover o consumo e para interferir nas medidas adotadas para sua redução:

Preâmbulo: *Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente as atividades de controle do tabaco;*

Artigo 5.3: *Ao estabelecer e implementar suas políticas de saúde pública relativas ao controle do tabaco, as Partes agirão para proteger essas políticas dos interesses comerciais ou outros interesses garantidos para a indústria do tabaco, em conformidade com a legislação nacional.*

- **As crianças e adolescentes como preocupação central da Convenção Quadro para Controle do Tabaco:**

“...o grande aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores”.

No seu preâmbulo a Convenção-Quadro refere-se à Convenção dos Direitos da Criança, adotada pela ONU em 1989, como forma de reforçar a necessidade dos Estados Parte priorizarem medidas que as protejam das práticas de mercado que induzem ao consumo de produtos de tabaco.

Nos **princípios norteadores da Convenção Quadro** (artigo 4) e em suas **obrigações gerais** (artigo 5), a **prevenção da iniciação** no tabagismo aparece como uma das medidas centrais a serem adotadas pelos países Partes da Convenção na política nacional de controle do tabagismo.

Dentre as **diretrizes centrais da Convenção** a serem adotadas pelos países Partes, várias delas são **efetivas para prevenção da iniciação**, tais como as medidas relacionadas:

- a preços e impostos (artigo 6);
- à inclusão de advertências sanitárias nos maços e à contenção do marketing das embalagens dos produtos de tabaco (artigo 11);
- à educação e informação (artigo 12);
- à proibição da propaganda, promoção de produtos de tabaco e patrocínio por marcas de produtos (artigo 13);
- à proibição da venda a menores e feita por menores (artigo 16).

3. RELEVÂNCIA DO TEMA PARA O BRASIL

O **Programa Nacional de Controle do Tabagismo** articula e media um conjunto de ações de caráter educativo, de atenção à saúde, legislativas e econômicas para prevenir a iniciação do consumo, promover sua cessação e proteger a população dos riscos do tabagismo passivo.

Graças a uma rede de parceiros que atuam no Programa, importantes resultados foram alcançados, tais como a redução da prevalência de tabagismo na população acima de 18 anos e a estabilização da curva de mortalidade por câncer de pulmão entre homens.

No entanto, a prevenção da iniciação no tabagismo ainda configura-se como um grande desafio a

ser enfrentado pela sociedade brasileira.

• **Experimentação e consumo regular de tabaco entre adolescentes no Brasil:**

O tabaco, especialmente cigarro, continua sendo a segunda droga mais consumida entre adolescentes brasileiros.⁷ A experimentação de cigarros até os 13 anos de idade ainda é expressiva.

Em 2002 e 2003, no sexo masculino, a experimentação de cigarros variou de 58% em Fortaleza, a 36% em Vitória, e no sexo feminino, de 55% em Porto Alegre a 31% em Vitória. Esses dados são provenientes do Inquérito Nacional sobre Tabagismo entre escolares (VIGESCOLA), que envolveu estudantes de 13 a 15 anos de idade, em 12 capitais brasileiras.⁸

O VIGESCOLA mostrou que, em Porto Alegre e em Curitiba, a prevalência de experimentação foi maior entre meninas do que entre meninos, uma relação inversa à observada nas tendências de experimentação e consumo.

Já a prevalência de tabagismo atual nesse grupo⁹, entre 13 e 15 anos, variou para o sexo masculino de 27% em Fortaleza, a 11% em Curitiba e Vitória. Já para o sexo feminino, variou de 24% em Porto Alegre a 9% em Vitória.

Em 2005, a repetição desse estudo em cinco capitais (Palmas, Fortaleza, Natal, João Pessoa e Curitiba) mostrou que não houve nenhuma mudança na prevalência da experimentação e uso atual de cigarros e outros produtos de tabaco entre estudantes.¹⁰

Esses dados são corroborados por estudos do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID). Em 2004, pesquisa do CEBRID mostrou que o uso na vida de tabaco¹¹, no Brasil, foi feito por 24,9% dos estudantes da rede pública.¹²

⁷ Beatriz Franck Tavares, Jorge Umberto Bériab e Maurício Silva de Lima . Prevalência do uso de drogas e desempenho escolar entre adolescentes Rev. Saúde Pública vol.35 no.2 São Paulo Apr. 2001 http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-8910200100020000

⁸ INCA/Ministério da Saúde Vigilância de Tabagismo em escolares . <http://www.inca.gov.br/vigescola/>

⁹ O VIGESCOLA utiliza a definição de fumantes para pesquisa de tabagismo entre escolares preconizadas pela OMS – estudantes que fumaram cigarros em 1 ou mais dias nos últimos 30 dias.

¹⁰ Liz Maria de Almeida, Tânia Maria Cavalcante, Letícia Casado, Elaine Masson Fernandes, Charles Wick Warren, Armando Peruga, Nathan R. Jones, Ana Luiza Curi Hallal, Samira Asma, Juliette Lee. Linking global youth tobacco survey data to the WHO framework convention on tobacco control: brazilian case Manuscript accepted for publication in Preventive Medicine doi:10.1016/j.ypmed.2007.11.017

¹¹ Segundo o CEBRID *uso na vida* revela se a pessoa já experimentou alguma vez, ou seja se a pessoa já utilizou, pelo menos uma vez na vida, a droga; *o uso freqüente* é o uso de seis vezes ou mais no mês que antecedeu à pesquisa e *o uso pesado* é o uso de 20 vezes ou mais no mês que antecedeu à pesquisa.

¹² Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID) 2004 - V Levantamento Nacional sobre Consumo de Drogas Psicotrópicas entre Estudantes do Ensino Médio e Fundamental da Rede Pública de Ensino nas 27 Capitais Brasileiras http://www.unifesp.br/dpsicobio/cebrid/levantamento_brasil2/index.htm

Os estudos do CEBRID realizados em 1997 e 2004 mostraram um aumento do uso na vida de tabaco, para a faixa etária de 10 a 12 anos de idade, em Fortaleza. Na faixa etária de 13 a 15 anos, aumentou em Recife; na faixa etária de 16 a 18 anos, houve aumento da tendência de uso de tabaco em Brasília, Fortaleza e Recife. Finalmente, entre os estudantes com idade superior a 18 anos, houve aumento em Curitiba e Porto Alegre.

A maior porcentagem de *uso freqüente* de tabaco foi constatada na região Sul (4,6%), com maiores índices em Porto Alegre (7,2%) e Florianópolis (6,9%), e maior *uso pesado* em Porto Alegre (4,8%).

Segundo o CEBRID a obtenção de dados sobre o *uso na vida* é essencial para monitorar tendências de consumo de drogas entre jovens, pois demonstra o quanto o acesso às drogas é fácil. Além disso, recomenda que as intervenções para se diminuir o abuso de álcool e outras drogas deveriam caminhar juntos aos esforços de adiar o primeiro uso do álcool e tabaco.

Os estudos do CEBRID mostram que, em relação a outras drogas, o álcool e o tabaco aparecem com idade menor no primeiro uso. A média de idade, em anos, do primeiro uso de álcool e tabaco foi de 12,5 anos e 12,8 anos, respectivamente.

O CEBRID alerta para o fato de que, no Brasil, dentre os alunos que relataram o uso de drogas ilícitas, nenhum começou a usá-las diretamente, isto é, o álcool e o tabaco foram as drogas que tiveram as menores médias de idades para o primeiro uso. Essa observação é consistente com estudos de outros países, que mostram o álcool e o tabaco como a porta de entrada para o uso das drogas ilícitas.¹³

• Fatores que contribuem para esse quadro

No Brasil, vários fatores contribuem para a experimentação e a iniciação do tabagismo entre jovens:

- O cigarro brasileiro é um dos mais baratos do mundo. Os baixos preços dos cigarros representam um elemento facilitador do acesso e, assim, da experimentação e da iniciação no tabagismo.
- O mercado ilegal de cigarros (contrabando e falsificação) coloca no mercado cigarros ainda mais baratos do que os vendidos no mercado legal.

¹³Center for Disease Control and Prevention . 1994 Surgeon General's Report—Preventing Tobacco Use Among Young People http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_1994/summary_intro.htm

- Apesar da lei que proíbe a venda de cigarros a menores de 18 anos¹⁴, a grande capilaridade dos pontos de venda dificulta a fiscalização da venda para menores. O VIGESCOLA mostrou que uma grande proporção de adolescentes (de 60,2% em Vitória a 89,9% em Fortaleza) não foi impedida de comprar cigarros em lojas, mesmo sendo menores de idade e mesmo existindo uma Lei Federal que proíbe a venda a menores de idade (Estatuto da Criança e do Adolescente).
- Pela mesma razão, a venda de cigarros avulsos em estabelecimentos comerciais acontece, apesar de proibida por lei.¹⁵
- A propaganda, embora banida dos grandes meios de comunicação, ainda é permitida nos pontos internos de venda onde imagens de grande apelo para adolescentes ainda são habilmente dispostas ao lado das prateleiras com os produtos.
- As embalagens dos cigarros são cuidadosamente elaboradas com cores, nomes e mensagens para atrair o jovem. Periodicamente, são lançadas marcas com sabores que têm apelo para jovens e embalagens especiais (*pack collection*), que associam o produto às artes, à cultura, a esportes, a viagens etc.
- Marcas de cigarros são periodicamente promovidas e distribuídas em festas para jovens.

¹⁴ LEI No 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e da outras providências . Art. 81. Proibida a venda a criança ou ao adolescente de produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica <http://www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L8069.htm>

¹⁵ DECRETO no. 2.637, de 25 de Junho de 1998 Título VIII - Das Obrigações Acessórias Art. 272. A comercialização de cigarros no País, inclusive a sua exposição à venda, seja feita exclusivamente em maços, carteiras ou outro recipiente, que contenham vinte unidades (Lei n.o. 9.532, de 1997, art. 44). <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Decretos/Ant2001/Ant1999/decreto2637/default.htm>

4. O QUE O BRASIL ESTÁ FAZENDO PARA PREVENIR A INICIAÇÃO DO TABAGISMO ENTRE JOVENS

No Brasil, as ações para prevenção da iniciação se concentram nas seguintes áreas:

- **Educação e informação**
- **Redução do acesso aos produtos de tabaco**
- **Contenção das estratégias de marketing**

- **Educação e informação:**

- **Ações educativas nas escolas** - Desde 1998 o Programa Nacional de Controle do Tabagismo vem implementando ações em escolas através do Programa Saber Saúde¹⁶.
- **Parceria entre o Ministério da Saúde e o Ministério da Educação (MEC)** para disseminação de informações sobre o tema na TV Escola.

Portaria n.º 1.034/2004.

- A inclusão do tema **prevenção do tabagismo no Programa de Saúde nas Escolas** uma articulação do Ministério da Saúde com o MEC, como parte do PAC Saúde.
- **Advertências sanitárias com fotos mais impactantes nas embalagens dos produtos de tabaco** - pesquisa desenvolvida entre jovens mostrou que quando comparada com outros materiais de campanha desenvolvidos para o Controle do Tabagismo, essa medida foi considerada mais forte.

Resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária n.º 335/03.

- **Proibição da utilização de descritores de marcas de cigarros como light, ultra-light, suave e baixos teores.**

Resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária n.º 46/01.

¹⁶ O Programa Saber Saúde tem como objetivos informar e educar as crianças nas escolas brasileiras quanto aos fatores de risco de câncer. www.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=programa&link=pss.htm

- **Proibição da propaganda de cigarros nos grandes meios de comunicação, desde 2000.**

Lei n.º 10.167/00.

- **Proibição do patrocínio de eventos culturais e esportivos por marcas de cigarros.**

Lei n.º 10.167/00.

- **Contrapropaganda e inserção de mensagens de advertências sobre os riscos do tabagismo durante a transmissão de eventos internacionais que tenham patrocínio de produtos de tabaco.**

Lei n.º 10.702/03.

- **Recomendação aos meios de comunicação para que não veiculem imagens de personalidades do meio artístico fumando.**

Portaria Interministerial n.º 477/95.

- **Determina a impressão** da seguinte frase nas embalagens dos produtos derivados do tabaco: ***“Venda proibida a menores de 18 anos - Lei 8.069/1990 e Lei 10.702/2003”***, proibindo o uso de frases como “Somente para adultos” e “Produto para maiores de 18 anos”

Resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária n.º 335/03.

- **Determina a impressão** da seguinte informação nas embalagens de cigarros: ***“Este produto contém mais de 4.700 substâncias tóxicas, e nicotina que causa dependência física ou psíquica. Não existem níveis seguros para consumo destas substâncias”***.

Resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária n.º 335/03
(altera a Resolução da ANVISA n.º 46/01).

- **Proibição de embalagens contendo menos de 20 cigarros.**

Decreto n.º 4544/02.

- **Proibição da venda de produtos derivados do tabaco a menores de 18 anos.**

Lei n.º 10.702/03 (altera a Lei n.º 9.294/96).

- **Proibição da venda** por via postal, a distribuição de amostra ou brinde e a comercialização em **estabelecimentos de ensino e de saúde.**

Lei n.º 10.167/00 (altera a Lei n.º 9.294/96).

- **Proibição da venda de produtos derivados do tabaco na Internet.**

Resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária n.º 15/03.

5. AÇÕES AINDA NECESSÁRIAS PARA VENCER OS DESAFIOS DA EXPERIMENTAÇÃO E INICIAÇÃO NO TABAGISMO

- Ampliar e fortalecer ações educativas nas escolas, através de parcerias entre saúde e educação.
- Ampliar e fortalecer ações educativas em comunidades rurais e de menor renda.
- Os preços dos cigarros brasileiros precisam ser aumentados para patamares que os tornem menos acessíveis aos jovens.
- As ações de combate ao mercado ilegal de cigarros precisam ser fortalecidas com medidas educativas.
- Sensibilizar donos e responsáveis por estabelecimentos comerciais sobre a obrigação de não vender ou de impedir vendas de produtos de tabaco a menores de idade.
- Fiscalizar e aplicar penalidades para a venda de cigarros a menores de idade e a venda de cigarros avulsos.
- Banir a propaganda e outras atividades de promoção dos produtos ainda existentes.
- Fortalecer as advertências sanitárias nas embalagens dos cigarros, com mensagens de maior apelo para os jovens.

- Considerar proibir a utilização de aromas e sabores adocicados em cigarros.
- Rever lei para impedir a instalação de máquinas de venda automática de cigarro e outros produtos derivados do tabaco.

6. ATIVIDADES PROGRAMADAS PARA O DIA MUNDIAL SEM TABACO NO BRASIL

- **Lançamento das Novas Advertências Sanitárias para as embalagens dos produtos de tabaco**

Esse ano, o Ministério da Saúde lançará o terceiro grupo de advertências sanitárias, com algumas inovações, fruto de um grupo de estudos articulado pelo Instituto Nacional de Câncer (INCA), o Núcleo de Desenvolvimento de Informação para o Controle do Tabaco. Fazem parte desse grupo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), o Laboratório de Neurobiologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o Laboratório de Neurofisiologia do Comportamento da Universidade Federal Fluminense (UFF) e o Departamento de Artes & Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ).

O Núcleo desenvolveu um Projeto para desenvolvimento e testagem para as novas advertências com base no impacto emocional suscitado entre jovens de 18 a 24 anos.

Através desse grupo de estudos, buscou-se fortalecer o entendimento das embalagens como estratégias de propaganda e marketing, sua influência sobre os potenciais consumidores e os atuais e sobre aspectos da dependência da nicotina que são reforçados pelo marketing das embalagens. Além disso, procurou-se desenvolver advertências sanitárias com o objetivo de informar sobre a dimensão dos riscos, desconstruir a imagem e o apelo das embalagens e estimular a cessação do tabagismo.

- A TV Escola do MEC divulgará informações sobre esse tema nas suas atividades no mês de maio.
- O Ministério da Saúde, junto com o MEC e a SENAD, divulgará informações sobre tabagismo através das suas redes de profissionais de saúde, de educadores e outros atores envolvidos na prevenção do uso de droga.

- A parceria do Ministério da Saúde com a Sociedade Brasileira de Pediatria marcará o início de um grande caminho para abordagem do tabagismo como doença pediátrica, além de um maior envolvimento desse grupo de profissionais, que desempenha um importante papel na promoção e proteção da saúde das crianças e adolescentes brasileiros.

7. SUGESTÕES PARA AS ATIVIDADES EM COMEMORAÇÃO AO DIA MUNDIAL SEM TABACO

➤ SUGESTÕES DE ATIVIDADES PARA A DIVULGAÇÃO DA DATA NÍVEL ESTADUAL E MUNICIPAL

- Procurar envolver, localmente, entidades governamentais ou não-governamentais ligadas ao desenvolvimento social.
- Divulgar, através da mídia, matérias (textos baseados em evidências científicas, referenciadas pela OMS) sobre os malefícios causados pelo tabagismo de uma forma geral, dando ênfase às estratégias da indústria do tabaco ao utilizar a mídia, filmes, novelas e a moda como propaganda de seus produtos.
- Promover nos restaurantes, bares e shoppings: “Um dia sem tabaco”. Incentivando, assim, os proprietários a promover um ou mais dias da semana, próximos ao dia 31 de maio (Dia Mundial sem Tabaco) o ambiente totalmente livre de tabaco em seu estabelecimento. Estimular ou promover pesquisa de opinião sobre esse tipo de ação entre clientes e funcionários desses estabelecimentos;
- Promover a divulgação da data comemorativa através de mensagens nos contracheques estaduais/municipais, nas contas de água, luz e telefone, nos extratos bancários etc;
- Trabalhar com instituições acadêmicas para realizar e disseminar as informações sobre o malefício do uso do tabaco, principalmente relacionadas ao tema deste ano;
- Buscar apoio de pessoas públicas (artistas, atletas, modelos, igrejas etc), formadoras de opinião, para participação nos eventos comemorativos;
- Buscar apoio com Associações de Moradores de Comunidades Carentes para divulgar, através de palestras/eventos, os malefícios do tabaco.
- Mobilizar estudantes de diversas áreas: comunicação, educação, turismo, saúde, etc, para que possam se tornar multiplicadores do programa de controle do tabagismo;
- Incentivar ONGs locais a realizarem movimentos junto à população e autoridades para o controle do tabagismo, como por exemplo, esclarecimento aos jovens sobre as estratégias da indústria para influenciá-los a fumar;

- Nos municípios em que ainda não houve regulamentação da Lei nº 9.294/96 (lei que proíbe fumar em ambientes públicos fechados), incentivar ONGs a pressionarem a Câmara Municipal para que ocorra a regulamentação;
- Promover atividades que reúnam música, ações esportivas e culturais, além de panfletagem;
- Promover, com escolas de teatro e artes, ações para jovens e crianças, onde o tema possa ser explorado através de uma peça teatral, brincadeiras e outras atividades de arte.

➤ **SUGESTÕES DE ATIVIDADES PARA ESCOLAS, UNIDADES DE SAÚDE, ORGANIZAÇÕES E ASSOCIAÇÕES DE CLASSE, AMBIENTES DE TRABALHO E COMUNIDADE**

• **Escolas**

- Desenvolver atividades em sala de aula para analisar criticamente os discursos e os apelos das propagandas de cigarros e da promoção de eventos de arte e esporte por produtos de tabaco.
- Desenvolver atividades em sala de aula para analisar criticamente os elementos do marketing das embalagens dos produtos de tabaco: cores, nomes de marca e sabores, e como estes podem atrair os jovens.
- Analisar as mensagens das advertências sanitárias das embalagens dos produtos de tabaco.
- Promover debates sobre as estratégias da indústria do tabaco relatadas nos filmes *Obrigado por Fumar* e *O Informante*.
- Concurso de desenhos ou de contra-propagandas após o tema ter sido trabalhado nas aulas ou numa palestra para toda a escola.
- Promover peças de teatro nas quais crianças e adolescentes possam dramatizar as mensagens e os apelos das propagandas de cigarro.
- Realizar uma exposição com os cartazes e convidar pais e comunidade à visitação.
- Incentivar os alunos a montarem uma exposição sobre os prejuízos decorrentes do consumo de tabaco (dependência; cigarro como droga; substâncias tóxicas do tabaco; prejuízo para a saúde do fumante; a saúde dos não fumantes ou tabagismo passivo; danos econômicos do tabaco; danos ao meio ambiente).
- Realizar palestras com profissionais de saúde sobre os malefícios do cigarro.
- Entrevistar e pesquisar quais as atribuições de cada profissional de saúde para saber como ele pode contribuir no controle do tabaco.
- Pesquisar sobre as diferentes formas do tabaco (cigarro, charuto, cachimbo, narguillé ou cachimbo de água, etc).
- Discutir sobre o respeito à lei (Estatuto da Criança e do Adolescente) que proíbe a venda de cigarros a menores e sobre o seu cumprimento nos estabelecimentos de venda da cidade.

- Realizar pesquisa sobre o cumprimento da legislação sobre a venda de cigarros a menores nos estabelecimentos dos bairros.
 - Entrevistar donos de estabelecimentos que vendem cigarros para saber a opinião sobre a venda de cigarros avulsos e de cigarros para menores de idade.
- **Unidades de Saúde e Organizações e Associações de Classe de Profissionais de Saúde**

As Organizações Nacionais/Locais de Profissionais de Saúde podem:

- Escrever uma carta para distribuição entre os seus membros e afiliados onde estes solicitem aos governantes de seu estado ou município que um ou mais objetivos relacionados abaixo sejam pleiteados na sua administração. Alguns exemplos são:
 - Legislação sobre ambientes livres do tabaco;
 - Aumento de preço e de taxaço dos produtos do tabaco;
 - Fiscalização da venda a menores de idade.
- O jornal da organização ou qualquer outra via de comunicação formal ou regular com os seus membros pode ser usado para pedir que eles assinem a carta acima descrita, visando demonstrar apoio por parte da instituição;
- Dedicar um artigo ou um editorial para aumentar a consciência sobre a importância do tema **“Juventude Livre de Tabaco”** e promover atividades para a ocasião;
- Ter um lugar de divulgação das informações no seu local de trabalho é uma boa forma de chamar a atenção para o controle do tabaco. Divulgue em locais estratégicos onde a mensagem possa ser vista facilmente. Se você é um profissional de saúde, tenha certeza de que qualquer informação que você deva ter – como, por exemplo, sobre cessação de fumar – esteja disponível e à mão;
- Convidar colegas de trabalho a se envolverem em atividades para controle do tabagismo;
- Incluir o tema na agenda de congressos e conferências;
- Engajar os membros em atividades para promover o Dia Mundial Sem Tabaco (31 de maio);
- Escrever artigos sobre o Dia Mundial Sem Tabaco e o tema deste ano no jornal ou informativo;
- Organizar palestras, seminários, debates ou oficinas relacionados ao Dia Mundial Sem Tabaco, ou outro tópico qualquer ligado ao tabaco (cessação de fumar e saúde etc);
- Disseminar informação sobre o assunto na página da Internet.

- **Ambientes de Trabalho**

- Desenvolver uma parceria com a CIPA (Comissão Interna para Prevenção de Acidentes) e com a Divisão da Saúde do Trabalhador para realização de um evento comemorativo;
- Incluir mensagens nos contracheques dos funcionários e promover a entrega de folhetos de sensibilização (que pode ser elaborado pela própria Instituição);
- Realizar troca de maços de cigarro por brindes (a critério da Instituição);
- Realizar um concurso interno entre funcionários, filhos de funcionários (e outro, com pacientes) e familiares, para criação de frases e desenhos sobre o tema e a data. Tais materiais poderiam ser classificados e premiados, assim como permanecer durante um período pré-determinado em exposição em local de grande circulação;
- Realizar um evento com atividades comemorativas com palestras técnico-científicas; entrega de prêmios; stand para verificação de monóxido de carbono; panfletagem etc;
- Realizar peça teatral com participação de funcionários e outras atividades com a presença de personalidades;
- Realizar uma palestra com profissionais de saúde sobre os malefícios do cigarro;
- Promover debates sobre os filmes: “*Obrigado Por Fumar*” e “*O informante*”.

- **Comunidade**

- Envolver localmente na campanha de comemoração, instituições das redes públicas, privadas e não governamentais;
- Estabelecer parcerias com a mídia incluindo veículos de comunicação comunitários, para disseminação de informações sobre o tema;
- Promover a divulgação da data comemorativa através de mensagens nos contracheques estaduais/municipais, nas contas de água, luz, telefone, e nos extratos bancários;
- Instituir parcerias com escolas de ensino fundamental, médio e universitário para disseminar informações, além de promover concursos de charges, caricaturas, vídeos, músicas de *hip hop* entre outras atividades que abordem o tema “**Juventude Livre do Tabaco**”;
- Promover eventos de arte ou de esportes de apelo para jovens;
- Sensibilizar e comprometer formadores de opinião como: artistas, atletas, modelos, esportistas, celebridades na participação dos eventos comemorativos;
- Obter patrocínio junto a empresas locais para realização de shows públicos destinados aos jovens, com divulgação na programação de mensagens de alerta a este público para não se deixar seduzir pelas estratégias da indústria do tabaco;

- o Contar com o apoio de entidades religiosas, associações de moradores de comunidades de baixa renda para promover palestras/eventos que possam esclarecer sobre a importância da “**Juventude Livre do Tabaco**”;
- o Mobilizar estudantes universitários de diversas áreas para que se tornem multiplicadores de informações sobre o tema da comemoração;
- o Promover atividades que tenham música, atividade esportiva e ou panfletagem;
- o Realizar palestras com profissionais de saúde sobre a importância da “**Juventude Livre do Tabaco**”.

8. DIVULGE SUAS PRÓPRIAS INICIATIVAS

O INCA tem interesse em divulgar suas iniciativas. Para isso, encaminhe informações sobre suas atividades com fotos, relatos, resultados de pesquisas para o e-mail:

porumundosemtabaco@inca.gov.br

9. AVALIAR PARA VALORIZAR AS ATIVIDADES

A avaliação do trabalho realizado consiste em uma etapa fundamental neste processo. Um registro cuidadoso das principais atividades desenvolvidas em comemoração a esta data pontual é o primeiro passo a ser dado. Para tanto, encontra-se no anexo uma planilha com informações a serem obtidas, além de instruções para o seu preenchimento. Tal planilha deve ser enviada à CONPREV/INCA (se for o caso com cópia para a Coordenação Estadual), 30(trinta) dias após o encerramento das comemorações.

De posse dessas informações, o coordenador poderá fazer um balanço das atividades realizadas, verificar se as metas foram atingidas, comparar com o trabalho de anos anteriores, divulgar os resultados alcançados, dar maior visibilidade ao trabalho, e ainda captar mais recursos para realizações futuras, além de justificar o que foi investido. Do mesmo modo, o envio deste instrumento (planilha preenchida) à CONPREV/INCA, permitirá que todos os aspectos acima citados sejam expandidos para avaliar as ações realizadas em todo o país. Espera-se com isso que o nosso trabalho seja continuamente aprimorado e valorizado.

É importante lembrar que, para que os dados possam ser aproveitados, é preciso respeitar a padronização do instrumento e cuidar da qualidade do que é informado. Do contrário, corre-se o risco de perder tempo com preenchimento de informações que não poderão ser utilizadas.

No caso de haver sugestões, críticas ou interesse em fornecer dados que não foram solicitados, as informações devem ser anexadas ao instrumento (planilha) original e enviados em conjunto.

10. BIBLIOGRAFIA

- 1) Banco Mundial 2007 - Roberto Iglesias, Prabhat Jha, Márcia Pinto, Vera Luiza da Costa e Silva, e Joana Godinho - Controle do Tabagismo no Brasil
<http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/Controle%20do%20Tabagismo%20no%20Brasil.pdf>
- 2) Campaign for Tobacco Free Kids. Confíe en nosotros. Somos la industria tabacalera
<http://fcac.org/docs/documents/tfk-2001-trust-us-es.pdf>
- 3) Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID) 2004 - V Levantamento Nacional sobre Consumo de Drogas Psicotrópicas entre Estudantes do Ensino Médio e Fundamental da Rede Pública de Ensino nas 27 Capitais Brasileiras
http://www.unifesp.br/dpsicobio/cebrid/levantamento_brasil2/index.htm
- 4) Center for Disease Control and Prevention . 1994 Surgeon General's Report— Preventing Tobacco Use Among Young People
http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/sgr_1994/summary_intro.htm
- 5) Hammond, D., et al., Impact of the graphic Canadian *warning labels on adult smoking behaviour*. *Tob. Control*, 2003. 12 (4):p. 391-5
- 6) Health Canada. *The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages – Survey of adults and adults smokers: Wave 9 surveys*. Prepared by Environics Research Group; January, 2005.
- 7) Liz Maria de Almeida, Tânia Maria Cavalcante, Letícia Casado, Elaine Masson Fernandes, Charles Wick Warren, Armando Peruga, Nathan R. Jones, Ana Luiza Curi Hallal, Samira Asma, Juliette Lee. Linking global youth tobacco survey data to the WHO framework convention on tobacco control: brazilian case Manuscript accepted for publication in *Preventive Medicine* doi:10.1016/j.ypmed.2007.11.017
- 8) Ministério da Saúde/ INCA Vigilância de Tabagismo em escolares .
<http://www.inca.gov.br/vigescola/>
- 9) Ministério da Saúde/Secretaria de Vigilância em Saúde – Vigitel Brasil 2006
- 10) WHO REPORT on the global TOBACCO epidemic, 2008 The MPOWER package
http://www.who.int/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf
- 11) WHO/TFI World No Tobacco Day, 31 May 2008
<http://www.who.int/tobacco/wntd/2008/en/index.html>
- 12) World Bank, 1999. **Curbing the Epidemic: governments and the economics of tobacco control**

11. LINKS INTERESSANTES

- Aliança de Controle do Tabagismo - http://actbr.org.br/a_default.asp
- ANVISA - <http://www.anvisa.gov.br/tabaco/index.htm>
- INCA - <http://www.inca.gov.br/tabagismo/>
- Organização Pan–Americana da Saúde (OPAS) - <http://www.opas.org.br>
- Organização Mundial da Saúde - <http://www.who.int>
- Secretaria Nacional Anti Drogas (SENAD) <http://www.senad.gov.br/>
- Tobacco Free Kids - <http://www.tobaccofreekids.org/>
- Universidade da Califórnia - documentos da industria do tabaco
<http://www.library.ucsf.edu/tobacco/>

12. ANEXOS

- **Planilha de Avaliação**

- **Material da campanha**