

## SUMÁRIO EXECUTIVO

PROJETO DE PESQUISA:  
PERCEPÇÃO DE JOVENS E ADULTOS,  
FUMANTES E NÃO FUMANTES, SOBRE ADVERTÊNCIAS  
SANITÁRIAS DAS EMBALAGENS DE CIGARROS BRASILEIROS

# VOCÊ



**INFARTA**



**MORRE**



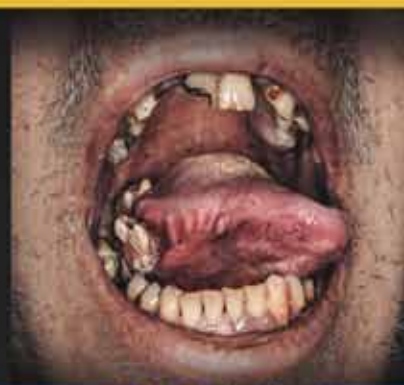
**ENVELHECE**



**SOFRE**



**BROCHA**



**SOFRE**



**ADOECE**



**ADOECE**

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

AMÔNIA, presente neste produto e em desinfetantes de pisos e privadas, causa pigarro, falta de ar, bronquite e enfisema.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

NITROSAMINAS, presentes neste produto, estão entre os mais potentes cancerígenos já conhecidos, causam câncer de boca, esôfago e pulmão.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

BENZENO, presente neste produto e também na gasolina, causa leucemia e outros tipos de câncer.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

METAIS PESADOS, presentes neste produto e também em pilhas e baterias, causam doenças circulatórias e danos cerebrais.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

ARSÊNICO, presente neste produto e também em veneno de ratos, destrói a gengiva e os dentes.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

MONÓXIDO DE CARBONO, presente na fumaça deste produto e do escapamento dos carros, causa doenças circulatórias e do coração.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

GÁS CIANÍDRICO, presente neste produto e também usado em armas químicas, causa vertigem, dor de cabeça, fraqueza e dor de estômago.

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

FORMALDEÍDO, presente neste produto e também usado para preservar cadáveres, causa câncer, bronquite e outras doenças respiratórias

**PERIGO: PRODUTO TÓXICO**

NICOTINA, presente neste produto, causa dependência e prejudica o desenvolvimento dos pulmões nos fetos.

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)



# SUMÁRIO EXECUTIVO

## PROJETO DE PESQUISA:

PERCEPÇÃO DE JOVENS E ADULTOS,  
FUMANTES E NÃO FUMANTES, SOBRE  
ADVERTÊNCIAS SANITÁRIAS DAS  
EMBALAGENS DE CIGARROS BRASILEIROS

Brasília - DF

**Anvisa**

2021

Copyright © 2021 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)

Esta obra é disponibilizada nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Compartilha igual 4.0 Internacional.

#### FICHA CATALOGRÁFICA

A265s Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Brasil).

Sumário executivo : projeto de pesquisa : percepção de jovens e adultos, fumantes e não fumantes, sobre advertências sanitárias das embalagens de cigarros brasileiros / Agência Nacional de Vigilância Sanitária; organização Cristina de Abreu Perez. -- Brasília : ANVISA, 2021.

36 p. : il. color.

ISBN 978-65-89701-09-5 (versão impressa)

ISBN 978-65-89701-08-8 (versão eletrônica)

1. Tabagismo – prevenção e controle. 2. Promoção da saúde. 3. Estudos epidemiológicos. 4. Rotulagem de produtos derivados do tabaco. I. Perez, Cristina de Abreu. II. Título.

CDD 613.85

Elaborado por Simone Freire Pinheiro - CRB-7 / 5190

#### TÍTULOS PARA INDEXAÇÃO

*Em Inglês:*

##### **Executive Summary**

Research Project: Perception of Health Warnings on Cigarette Packages among the Youth and Adults in Brazil

*Em Espanhol:*

##### **Resumen Ejecutivo**

Proyecto de Investigación: Percepción de Jóvenes y Adultos, Fumadores y no Fumadores, sobre Advertencias Sanitarias de los Embalajes de Cigarrillos Brasileños

**Tiragem:** 50 exemplares

**Elaboração, distribuição e informações**

Agência Nacional de  
Vigilância Sanitária (Anvisa)  
SIA Trecho 05 - Área Especial  
57 - Lote 200 - Bloco D  
Brasília - DF  
CEP 71205-050

**Coordenação-Geral**

Gerência Geral de Registro  
e Fiscalização de Produto  
Fumígenos Derivados ou Não  
do Tabaco (GGTAB)  
[https://www.gov.br/anvisa/  
pt-br](https://www.gov.br/anvisa/pt-br)

**Organizadora e pesquisadora principal**

Cristina de Abreu Perez,  
*Pesquisadora independente em  
controle do tabaco*

**Equipe de Elaboração**

Ana Márcia Messeder Sebrão  
Fernandes, *Anvisa*

André Luiz Oliveira da Silva,  
*Anvisa*

Cristina de Abreu Perez,  
*Pesquisadora independente em  
controle do tabaco*

Felipe Lacerda Mendes, INCA

Glória Maria de Oliveira Latuf,  
*Anvisa*

Luiz Antônio Bastos Camacho,  
*Fiocruz*

Maribel Carvalho Suarez, *UFRJ*

Stefania Schimaneski Piras, *Anvisa*

Patrícia Gonçalves Duarte  
Albertassi, *Anvisa*

Patrícia Aleksitch Castello  
Branco, *Anvisa*

Patrícia Francisco Branco, *Anvisa*

Valeska Figueiredo, *Fiocruz*

**Copidesque e Revisão**

Maria Helena Rossi Oliveira

**Capa, Projeto Gráfico e Diagramação**

Chester Design

**Ficha Catalográfica**

Simone Freire Pinheiro  
CRB-7 / 5190

**Apoio Opas**

Carta-acordo nº SCON2019-00336

**Impresso no Brasil / Printed  
in Brazil**

Edigráfica Gráfica e Editora Ltda



## APRESENTAÇÃO

**E**m cumprimento a uma decisão da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), por ocasião da aprovação da Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 195/2017, esta pesquisa foi realizada mediante recursos disponibilizados pela Anvisa, via Termo de Cooperação (TC) 64, da Organização Pan-Americana da Saúde (Opas), com a intermediação do Centro de Estudos, Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico em Saúde Coletiva (Cepesc), e a participação técnica do Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz).

Este projeto de pesquisa visa a avaliar as advertências sanitárias implementadas em embalagens de cigarros brasileiros, no sentido de conhecer como estas são percebidas pela população, assim como identificar as possibilidades de fortalecimento dessa medida. Desde então, um grupo de pesquisa interinstitucional, constituído por membros e pesquisadores *experts* no assunto, contribuiu para sua realização. O Instituto DataFolha foi contratado para a realização do campo deste estudo.

Trata-se de um SUMÁRIO EXECUTIVO que tem como estrutura: introdução, revisão da literatura, justificativa, objetivo geral, metodologia, campo do estudo, resultados e discussão e avaliação qualitativa.

“ Eu botei imagem da doença, que é a primeira coisa que eu vejo é a imagem da doença.”

(Jovem fumante, Rio de Janeiro)

“ ...Mas pra falar a verdade quando eu vejo carteira de cigarro, eu lembro que tenho que parar de fumar mesmo, é tipo falta de ar estas coisas e por ter 2 casos de morte na minha família, meu avô e meu tio que morreram de câncer de pulmão.”

(Adulto fumante, Manaus)

“ Porque eu estou ciente, né? “você sofre”, você no caso sou eu.”

(Jovem fumante, Campo Grande)



# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
ÍNDICE DE FIGURAS	10
INTRODUÇÃO	11
REVISÃO DA LITERATURA	12
JUSTIFICATIVA	14
OBJETIVO GERAL	16
METODOLOGIA	16
Desenho	16
Localidades estudadas	16
População estudada	17
Campo do Estudo	17
RESULTADOS E DISCUSSÃO	17
Recordação espontânea	17
Avaliação das advertências com manuseio dos maços de cigarros	19
Técnica projetiva	24
Sugestões dos participantes	24
AVALIAÇÃO QUANTITATIVA	26
CONCLUSÕES	29
REFERÊNCIAS	32

# ÍNDICE DAS FIGURAS

- Figura 1** - Advertência sanitária frontal 14
- Figura 2** - Advertências sanitárias laterais 15
- Figura 3** - Advertências sanitárias posteriores 15
- Figura 4** - *Post-its* dos grupos do Rio de Janeiro 18
- Figura 5** - Nuvem de palavras geradas com as citações dos participantes 19
- Figura 6** - Distribuição por *status* do tabagismo, cidade, gênero e idade sobre evitar olhar ou esconder as advertências 26
- Figura 7** - Imagens que os participantes mais evitam olhar ou escondem 27
- Figura 8** - Porcentagem dos fumantes que pensaram em deixar de fumar em virtude das advertências 27
- Figura 9** - *Ranking* das advertências que fizeram os fumantes pensarem em deixar de fumar 28
- Figura 10** - Distribuição das advertências que geram incômodo entre fumantes e não fumantes 28
- Figura 11** - *Ranking* das advertências que mais incomodam entre fumantes e não fumantes 29

## INTRODUÇÃO

O tabaco é o único produto legal de consumo que mata até a metade daqueles que o usam conforme indicado<sup>1</sup>. O tabagismo foi responsável pela morte de sete milhões de pessoas no mundo a cada ano e, em 2015, cerca de um quarto (24,9%) da população global com 15 anos ou mais ainda era usuária de alguma forma de tabaco<sup>2</sup>. Atualmente, no Brasil, 12,8% da população com 18 anos ou mais usa algum produto derivado do tabaco<sup>3</sup>.

Em 2003, a Assembleia Mundial da Saúde adotou a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da Organização Mundial da Saúde (CQCT/OMS)<sup>4</sup>, que entrou em vigor em 2005, sendo um dos tratados mais rápidos no seu desenvolvimento e amplamente adotado na história das Nações Unidas. Esse Tratado foi internalizado no Brasil por meio do Decreto 5.658/2006<sup>5</sup>, é baseado em evidências que reafirmam o direito de todas as pessoas ao mais alto padrão de saúde e representa uma resposta à globalização da epidemia de tabaco<sup>6</sup>.

Entre as medidas centrais estabelecidas pela Convenção para a redução da demanda por tabaco, destaca-se o Artigo 11 (1b), que trata da embalagem e etiquetagem de produtos de tabaco:

Cada carteira unitária e pacote de produtos de tabaco, e cada embalagem externa e etiquetagem de tais produtos contenham advertências descrevendo os efeitos nocivos do consumo do tabaco, podendo incluir outras mensagens apropriadas...

As Diretrizes<sup>7</sup> do Artigo 11 da CQCT/OMS orientam que:

As advertências sejam claras, ocupem pelo menos 30% da parte superior da principal área de exposição e que contenham imagens ou pictogramas. Outros elementos que aumentam a eficácia incluem utilizar cores em vez de apenas branco e preto; exigir que várias advertências e mensagens sanitárias circulem simultaneamente, e substituí-las periodicamente.

As embalagens dos produtos estão longe de serem apenas um simples recipiente<sup>8</sup>. Elas adicionam valor, tornam o produto atraente e estimulam a compra e a recompra<sup>9</sup>. Algumas razões tornam a embalagem dos cigarros ainda mais crítica, entre elas, o fato de que esta não é descartada depois de aberta – o fumante mantém o maço próximo de si durante todo o dia, possui alto grau de visibilidade social, os maços são constantemente manuseados e deixados expostos ao público durante o uso e, por fim, os maços funcionam como uma forma de propaganda<sup>10</sup>.

A inserção de advertências sanitárias em embalagens de produtos derivados do tabaco, reconhecidamente, aumenta o entendimento da população sobre a real dimensão dos danos causados pelo tabagismo<sup>11</sup>, além de mudar sua imagem para o consumidor, especialmente adolescentes e adultos jovens, e de aumentar nos fumantes a motivação de abandonar o consumo<sup>12</sup>.

Há muitas evidências de várias fontes demonstrando as que advertências sanitárias são uma ferramenta eficaz para<sup>12-17</sup>:

- informar os riscos aos fumantes e não fumantes, aumentando o conhecimento sobre os malefícios do tabagismo;
- motivar os fumantes a pararem de fumar, disponibilizando ajuda e informações para aumentar a eficácia da cessação;
- evitar recaída após a cessação de fumar;
- mudar o comportamento de fumantes, como: fumar um menor número de cigarros, evitar fumar perto de outras pessoas, realizar tentativas de parar de fumar, aumento do uso de *quitlines* (linhas telefônicas gratuitas para apoio à cessação de fumar);
- incentivar não fumantes, incluindo os jovens, a não começarem a fumar;
- contrapor as mensagens enganosas e as imagens sedutoras da marca das embalagens de tabaco.

Segundo um estudo publicado em 2012<sup>18</sup>, as advertências de saúde também podem ajudar ex-fumantes a ficarem sem fumar após um ano de abstinência, pois estas, provavelmente, estão presentes nos maços em momentos de risco de recaída.

Um estudo de revisão de evidências sobre a eficácia das advertências de saúde nas embalagens de tabaco encontrou um padrão consistente nas diversas pesquisas levantadas, mostrando que<sup>19</sup>:

- estas estão entre as comunicações de saúde disponíveis mais proeminentes e de baixo custo;
- alcançam alto nível de conhecimento e visibilidade entre os não fumantes e jovens;
- a advertência de texto tem menor impacto do que a advertência com imagens;
- grandes advertências com pictogramas podem aumentar o conhecimento em saúde, a motivação para deixar de fumar e a cessação;
- advertências ilustradas são especialmente importantes para atingir fumantes analfabetos e crianças;
- advertências gráficas com representações vívidas de efeitos na saúde e que despertam o medo parecem ser particularmente eficazes entre fumantes e não fumantes;
- informações “gráficas” devem ser acompanhadas de informação de apoio à cessação.

Segundo a OMS, as advertências sanitárias nos produtos de tabaco podem:

- deslocar a perspectiva de valor das embalagens para longe do *marketing*, indo em direção às mensagens de saúde pública;
- ser usadas para promover os serviços telefônicos de apoio para deixar de fumar;
- ser implementadas praticamente sem custo para o governo.

As que incluem imagens têm maior probabilidade de serem notadas e classificadas como eficazes pelos fumantes e pela população em geral, com níveis de suporte entre 85% e 90% ou mais, sendo que até a maioria dos fumantes apoia as advertências sanitárias<sup>20</sup>.

Atualmente, advertências sanitárias gráficas fortes estão em vigor para quase 3,9 bilhões de pessoas em 91 países; ou seja, para mais da metade da população global (52%)<sup>21</sup>.

## JUSTIFICATIVA

À medida que a Política Nacional de Controle do Tabaco (PNCT) avança no Brasil e a prevalência de fumantes diminui, novos desafios surgem para as políticas de saúde pública. Por exemplo, a indústria do tabaco busca impedir a implementação de medidas como as advertências sanitárias, apesar de não apresentar argumentos científicos sólidos para tal<sup>22</sup>.

No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) publicou a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 195/2017<sup>23</sup>, no Diário Oficial da União, em 15 de dezembro de 2017, a qual foi republicada em 19 de dezembro de 2017 e determinou as atuais advertências sanitárias obrigatórias nas embalagens dos produtos fumígenos derivados do tabaco (Figuras 1, 2 e 3). Esse grupo de mensagens e imagens de advertências está em vigor desde 25 de maio de 2018.

Figura 1 - Advertência sanitária frontal



Fonte: Anvisa.

Figura 2 - Advertências sanitárias laterais



Fonte: Anvisa.

Figura 3 - Advertências sanitárias posteriores



Fonte: Anvisa.

Como órgão regulador responsável por editar normas, fiscalizar e controlar os produtos derivados do tabaco e tendo uma lacuna de informação referente ao impacto do conjunto de advertências sanitárias proposto pela RDC nº 195/2017, foi determinada, durante reunião da Diretoria Colegiada na qual a norma foi aprovada, a realização de estudo com o objetivo de avaliar esse regime de advertências sanitárias.

Dessa forma, com o objetivo de atender à determinação e também de fazer uma avaliação do impacto regulatório *ex post*, foi realizada esta pesquisa no âmbito do Termo de Cooperação (TC) 64 mediante a celebração de uma carta-acordo entre a Organização Pan-Americana da Saúde (Opas) e o Centro de Estudos, Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico em Saúde Coletiva (Cepesc).

Este estudo foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA), sob o número de Parecer 3.734.625, de 29 de novembro de 2019, na Plataforma Brasil, assim como pelo Comitê de Revisão Ética da Organização Pan-Americana da Saúde (do inglês, *Pan American Health Organization Ethics Review Committee - PAHOERC*).

---

## OBJETIVO GERAL

O objetivo deste estudo é investigar a percepção de jovens e adultos, fumantes e não fumantes, sobre as advertências sanitárias das embalagens de cigarros em vigor.

---

## METODOLOGIA

### Desenho

Optou-se pela abordagem qualitativa, que contemplasse a experiência e a fala de fumantes e não fumantes, jovens e adultos, suas sensações – o que chama atenção –, e se as advertências sanitárias têm efeito sobre a cessação ou iniciação do tabagismo. O método escolhido foi o grupo focal, pela possibilidade de captar o discurso e a interação entre os participantes, reproduzindo, em parte, as trocas que acontecem no dia a dia dos informantes.

De modo complementar à abordagem qualitativa, ao final, um *tablet* foi fornecido a cada participante para que avaliassem especificamente as imagens das advertências traseiras das embalagens. O objetivo de apresentar esses resultados neste projeto é ilustrar essas imagens, de forma numérica, no sentido de complementar os dados levantados nas falas dos informantes.

### Localidades estudadas

Embora a pesquisa qualitativa não se atenha à generalização populacional, a diversificação de Regiões neste estudo teve por objetivo ganhar sensibilidade para possíveis diferenças regionais. Nesse sentido, uma capital de cada Região do país foi investigada.



Manaus foi escolhida por ser um polo econômico e de relevância cultural da Região e também por possuir infraestrutura necessária; Campo Grande por apresentar a segunda prevalência de fumantes da sua Região à época<sup>24</sup>, sendo a primeira no Distrito Federal; entretanto, apresentando um perfil socioeconômico muito diferenciado do restante do país; o Rio de Janeiro foi escolhido por ter a segunda maior prevalência de fumantes da sua Região também à época e onde os pesquisadores estavam sediados, facilitando o acompanhamento e reduzindo os custos; Recife por apresentar a maior prevalência de fumantes da sua Região à época do estudo; Curitiba por ser a capital com a maior prevalência de fumantes no Brasil no momento da pesquisa. A abrangência do estudo considerou ainda a limitação orçamentária e de infraestrutura.

## População estudada

A população estudada nesta pesquisa foi composta por fumantes e não fumantes, com idades entre 15 e 17 anos e de 18 anos a 55 anos, das classes sociais C e D, por concentrarem as maiores prevalências de fumantes no Brasil<sup>25</sup> e teve uma distribuição uniforme nos grupos quanto ao gênero.

## Campo do estudo

Os grupos foram conduzidos entre janeiro e março de 2020, compostos em média por oito informantes cada, selecionados mediante recrutamento prévio. Foram realizados quatro grupos focais em cada cidade: adultos fumantes; adultos não fumantes; jovens fumantes; e jovens não fumantes. Sendo assim, a pesquisa envolveu 165 participantes no total.

Cada grupo teve duração entre 90 a 120 minutos, e todos os grupos focais foram moderados pela mesma profissional da empresa de pesquisa contratada e pela pesquisadora principal do estudo. Os grupos se desenvolveram em formato de entrevista semiestruturada, utilizando-se de um roteiro como guia.

---

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### Recordação espontânea

Para realização dessa etapa, foi solicitado a todos os participantes que escrevessem em *post-its*, sem nenhum estímulo visual, o que lembravam quando pensavam em “embalagem de cigarros”. Conforme o exemplo do grupo do Rio de Janeiro (Figura 4).

Figura 4 – Post-its dos grupos do Rio de Janeiro



Verifica-se que muitos informantes se recordavam espontaneamente das advertências sanitárias, principalmente das imagens que compõem a face posterior das embalagens e das doenças nelas descritas, ao invés da satisfação e do prazer que historicamente o produto poderia estar associado, quando se considera o ponto de vista dos fumantes. Algumas palavras usadas pelos entrevistados nos apontam essa referência: “imagens”, “fotos”, “atrás”, “a mensagem que vem atrás do cigarro” e “parte traseira da embalagem”.

Eu botei imagem da doença, que é a primeira coisa que eu vejo é a imagem da doença (Jovem fumante, Rio de Janeiro).

Eu coloquei câncer porque hoje várias embalagens de cigarro acho que é obrigatório, se não me engano, imagens bem feias de pessoas por alguma situação que o vício gerou câncer na boca, câncer na laringe, imagens bem chocantes para tentar prevenir de uma certa forma o consumo (Adulto não fumante, Campo Grande).

Por meio da análise do conjunto de palavras coletado em cada grupo, é possível identificar que mais da metade das palavras escolhidas (58%) está relacionada às advertências presentes nas embalagens, ou a efeitos negativos do consumo do cigarro, que estão presentes nas mesmas advertências.

A seguir, encontram-se as palavras citadas ao menos duas vezes pelos participantes nos 20 grupos, que foram inseridas no programa TagCrowd, gerando a nuvem de palavras (Figura 5). O tamanho de cada palavra corresponde ao número de vezes que ela foi citada.

Figura 5 – Nuvem de palavras geradas com as citações dos participantes



## Avaliação das advertências com manuseio dos maços de cigarros

Na etapa seguinte, 18 embalagens de cigarros foram entregues para que todos os participantes pudessem manuseá-las.

Depois de observarem as embalagens e quando perguntados sobre “o que acham dessas embalagens?”, os primeiros comentários realizados pelos fumantes abordaram, principalmente, as advertências do verso da embalagem como um alerta que: causa impacto; incomodo e preocupação; chama atenção; informa e dá medo.

Entre os não fumantes, os primeiros comentários foram: as advertências (principalmente as da face posterior); cigarros que conhecem (por que pessoas conhecidas fumam); cigarros que compram para parentes; público para o qual que se dirigem marcas específicas e estética das embalagens.

Os fumantes disseram ter uma **estratégia** para lidar com o maço e indicaram, em alguns casos, que pedem para trocar a embalagem no ato da compra, por outra com a advertência que os incomode menos. Esse fato parece apontar que não ignoram por completo a existência da advertência no verso.

Os adultos fumantes, ao mesmo tempo em que manifestam “não ligar” e “ignorar” as advertências sanitárias, em especial as do verso, ao longo da discussão, revelam que evitam as fotografias de quatro formas diferentes: mantendo a advertência posterior virada para baixo; não olhar “nunca”; esconder com um pedaço de papel ou com dinheiro; ou fazer uso de cigarreira:

Dependendo da imagem eu coloco um papel na frente (Adulto fumante, Rio de Janeiro).

Você não vê estas fotos, o fumante mesmo ele não olha esta foto, até particularmente o [marca de cigarro] tem um adesivo, eu tiro ele daqui e colo ele aqui [cobrindo a advertência] (Adulto fumante, Curitiba).

As **estratégias** revelam que as advertências se tornaram um fator de incômodo, que, mesmo quando ocultadas, continuam a ecoar na consciência dos entrevistados. O próprio esforço de ocultação revela a importância dessa mensagem, fazendo com que os alertas antitabagistas não sejam esquecidos pelos fumantes. Esse aspecto fica evidente quando se aprofunda a discussão das embalagens, e tais informantes dizem evitar olhar e alguns relatam esconder, chegando a dizer que causam nojo, aversão e repulsa. Outros fumantes falaram da importância das advertências, como **fonte de informação**, e que fazem refletir sobre a necessidade de deixar de fumar.

Eu acho que ninguém fuma porque é desinformado, a gente sabe que tem um mal, está ali, é comprovado, então eu vejo como informação, porque a pessoa sabe o que pode fazer mal, de repente o vício é maior, eu até hoje mesmo, às vezes se eu ficar muito tempo [sem fumar], me gera ansiedade, me dá nervosismo, então eu sei que algo está me faltando, quando começa a me fazer mal, atacar o sistema nervoso eu sei que só vai parar com aquela agitação, se eu fumar um cigarro, então vou lá, fumo um cigarro depressa... Então quanto mais a pessoa se conscientizar, “ter” informação eu acredito que vai levar a tomar uma decisão da pessoa parar de fumar (Adulto fumante, Curitiba).

Faz pensar (Adulto fumante, Curitiba).

É essa parte, tipo quando eu olho aqui a parte da frente, dá vontade de fumar um cigarro, agora quando eu vejo esse negócio de trás, não dá não (Jovem fumante, Curitiba).

Outro fato que reforça a importância das advertências é a associação feita pelos participantes, entre a morte ou adoecimento de familiares e o uso do cigarro.

Eu coloquei câncer como as pessoas também colocaram, porque realmente causa câncer, eu tenho até parentes que aconteceu isso por causa do cigarro (Jovem fumante, Curitiba).

...Mas pra falar a verdade quando eu vejo carteira de cigarro, eu lembro que tenho que parar de fumar mesmo, é tipo falta de ar estas coisas e por ter 2 casos de morte na minha família, meu avô e meu tio que morreram de câncer de pulmão (Adulto fumante, Manaus).

Um desafio é a manutenção de um certo estado de alerta após muito tempo de permanência com as mesmas imagens de advertência no mercado, conforme os participantes fumantes adultos do Rio de Janeiro demonstram:

As fotos que vêm para gente, como no início, “ah meu Deus, tinha necessidade disso”, mas hoje em dia como ele falou, eu já olho e digo: “ah”.

No início, quando saiu isso no maço de cigarro, todo mundo pegava para ver assim quando veio, quando começou a sair, ver qual que era, uns trocava e tudo.

Ao serem perguntados sobre “**o que chama a atenção nas advertências?**”, as respostas mais citadas são: em especial, a advertência na face posterior dos maços, a estética das advertências e a contradição entre o estímulo, percebido por eles como as cores, letras e desenhos das marcas, e o desestímulo ao consumo na mesma embalagem, compreendido pelas advertências.

A **efetividade** das advertências é entendida pelos participantes como a capacidade de as advertências conseguirem evitar que um não fumante se torne fumante e que um fumante ao menos pense em parar de fumar. Os não fumantes e os fumantes dizem duvidar que as advertências tenham algum efeito sobre fumantes e acham que surtem efeito para afastar não fumantes.

Ao manipularem as embalagens, tanto fumantes como não fumantes, espontaneamente ou sob provocação das moderadoras, direcionaram sua atenção para a lateral e se mostraram bastante surpresos com as informações, principalmente com as substâncias citadas e os prejuízos à saúde que estas provocam. A maioria dos participantes comentou que nunca tinham percebido ou lido essas frases, e apontaram interesse e potencial impacto.

Então está escrito “perigo, produto tóxico, benzeno, presente nesse produto e também na gasolina, causa leucemia e outros tipos de câncer”. Eu sou apaixonada por química, mas gente, um produto da gasolina, é um negócio muito tóxico. Até na hora que você para no posto para abastecer, aquele cheiro assim já parece que corrói. Imagina tu fumar um negócio que é presente na gasolina (Jovem fumante, Curitiba).

Está escrito que “presente neste produto e também em pilhas e baterias”. Caramba, isso causa muito mal mesmo. Eu não sabia que era presente em pilhas e baterias (Jovem não fumante, Manaus).

No Rio de Janeiro, em Curitiba e Campo Grande, a maior parte dos participantes, tanto adultos como jovens, fumantes e não fumantes, relata nunca ter lido a informação antes. Entretanto, é a informação que parece causar surpresa e impacto nos participantes, quando comparada à advertência frontal – “Este produto causa câncer”, “Pare de fumar”, “Disque Saúde -136” – e às doenças advertidas no verso:

Acho que, se duvidar, os ingredientes causam mais impacto que a imagem (Adulto fumante, Campo Grande).

Aqui tem “presente neste produto e também em veneno de rato, que destrói as gengivas e os dentes”. Se a pessoa ler isso, ela não vai comprar (Jovem não fumante, Manaus).

Com alta frequência, indicam que as informações da lateral não são notadas, tanto por fumantes como por não fumantes, seja pelo conjunto de cores do fundo e das letras, pelo tamanho do texto, seja pela posição – além de não ser em uma área grande.

Eu acho que deveria estar na frente, junto com a marca (Jovem não fumante, Rio de Janeiro).

Ou poderia estar destacado. Em amarelo (Jovem não fumante, Rio de Janeiro).

Muito pequenininho. E aqui do lado ninguém vê (Jovem não fumante, Rio de Janeiro).

Colocaria aquilo da nicotina, do que é feito, também aquele da gasolina, esqueci o nome, era para colocar aqui [atrás], não aqui do lado, se não ninguém percebe (Jovem não fumante, Manaus).

A **advertência frontal**, na opinião dos participantes, deveria ter caráter motivacional – indicaria que o fumante é capaz de deixar de fumar – ou questionador, sobre a necessidade de fumar e o estado de saúde:

Colocar a caixinha pra conversar com a pessoa (Jovem fumante, Campo Grande).

Precisa fumar um agora? (Jovem fumante, Campo Grande).

Você sabe se tem câncer de pulmão? (Jovem não fumante, Curitiba).

Alguns entrevistados indicam que as mensagens de advertência poderiam adotar um tom de diálogo e questionamento sobre o ato de fumar, como:

Você precisa disso? (Jovem fumante, Campo Grande).

Em vez de colocar “Pare de Fumar” colocar tipo, “Você pode parar de fumar (Jovem não fumante, Curitiba).

Quando já existe um desejo de parar, seja buscando melhora da saúde ou por pressão familiar, a advertência, segundo os informantes, pode atuar como um “lembrete”, potencializando esse desejo:

Por exemplo, que nem essa [imagem de homem infartando] que eu falei para você da disposição, primeira coisa que eu vejo nessa imagem aqui, eu lembro do motivo de eu querer parar de fumar, porque realmente é a disposição, porque você fuma, fuma, fuma, daqui a pouco você não tem disposição para nada... e acaba infartando (Adulto fumante, Rio de Janeiro).

A **cor amarela**, adotada nas tarjas das advertências da face frontal e posterior, foi mencionada pelos entrevistados, espontaneamente, como uma cor de alerta, positi-

va para chamar a atenção e com boa visibilidade, destacando o texto. Alguns associaram a cor amarela a placas de trânsito e ao amarelo dos semáforos, demonstrando que desperta neles a atenção.

A cor está ideal, amarelo, igual o sinal. Você vai quando ele está verde e aí passa pela fase amarela, né? Aí já é alerta, então aqui é um alerta né? Esse amarelo aqui (Adulto não fumante, Manaus).

[...], é mais a cor mesmo que chama atenção, principalmente esse amarelo aí (Jovem fumante, Curitiba).

No entanto, os participantes apontaram que a cor amarela utilizada na edição especial de marca de cigarros diminui o contraste das advertências.

Acho que as embalagens deveriam se adaptar a essas imagens. Por exemplo: tem a parte amarela e a parte de trás é também amarela, então não fica tão chamativo. Ficaria mais chamativo quando é assim, o branco em vez do amarelo. Se essa embalagem tem tal cor, isso aqui [tarja] que fosse de outra cor, que se destacasse, mesmo. Para cada tipo de embalagem uma cor diferente” (Jovens fumantes Recife).

Acho que a parte da frente chama atenção [o texto] mesmo sendo preto, o texto aqui, a não ser essa [marca de cor amarela] que por ser amarela passa despercebido. Os demais chamam atenção, tem contraste” (adultos não fumantes Rio de Janeiro).

A **cegueira foi um novo tema** inserido como advertência sanitária. Os participantes não fizeram muitas menções espontâneas a ela; no entanto, quando perguntados, fumantes e não fumantes se mostraram surpresos e referiram não ter conhecimento de que fumar poderia causar cegueira.

Gente, causa até cegueira. Eu não vou mais fumar isso não (Jovem fumante, Manaus).

O cigarro causa cegueira, eu não sabia, causa tanta doença (Jovem fumante, Rio de Janeiro).

Sobre o número “**136 Disque Saúde**”, que se encontra divulgado nas embalagens e oferece apoio à cessação de fumar, os participantes informam que este não chega a ser notado espontaneamente.

Então se fosse para alertar alguma coisa eu acho que deveria estar maior, porque acho que é um dos negócios que está menor... Está escrito aqui, agora que eu li, mas é o mais minúsculo possível, ouvidoria geral do SUS (Jovem fumante, Curitiba).

Uma inovação adotada no atual grupo de advertência foi a palavra “você” inserida no topo de todas as advertências da face posterior dos maços. Segundo os participantes, ela é direta, muito forte, chama atenção e causa impacto.

O uso do “você” é percebido pelos entrevistados como uma forma direta de falar com quem está lendo a mensagem e parece ter obtido um impacto positivo, conectando, gerando atenção e, principalmente, convocando o leitor.

Você sofre, é uma mensagem direta para mim que sou fumante. Não tem nada destinado a terceiros aqui (Adulto fumante, Campo Grande).

Porque eu estou ciente, né? “você sofre”, você no caso sou eu (Jovem fumante, Campo Grande).

## Técnica projetiva

Em seguida, foi perguntado hipoteticamente “se as advertências ajudam ou fazem o fumante pensar em parar de fumar?”. Tanto fumantes quanto não fumantes afirmam que as advertências funcionam melhor para quem ainda não fuma, para evitar a iniciação. Essa percepção parece estar associada, principalmente, ao fato de o fumante regular já estar em contato permanente com a advertência e buscar ignorá-la, assim como pela dependência da nicotina já estabelecida, dificultando a cessação de fumar. Alguns fumantes dizem que, ao olharem para as advertências, sentem-se pressionados a deixar de fumar. Este seria um dos motivos para evitarem olhar ou indicarem que não prestam atenção na hora de comprar o maço.

No entanto, alguns aspectos relacionados à percepção de risco evidenciam-se, mostrando que a advertência pode provocar uma reflexão sobre parar de fumar como, por exemplo, quando entendem que fumar pode afetar negativamente membros da família, como os filhos, ou quando há pessoas próximas (familiares ou mesmo amigos) que sofrem com malefícios do tabagismo:

Eu acho que conscientiza bastante, pode ser que ela não pare, mas de repente se você tem em casa, um parente, um ente querido lá, de repente ele morreu devido a uma destas situações aqui, ou teve algum AVC... você é fumante, compulsivo, você olha ali e de repente você vai acender um cigarro e dá de testa ali com aquela foto, aquilo ali vai mexer com teu consciente, é uma ação (Adulto fumante, Curitiba).

## Sugestões dos participantes

Para finalizar a discussão, foi perguntado aos participantes que iniciativas eles achavam que poderiam ser implementadas quando se pensa na embalagem, com o objetivo de ajudar as pessoas a se afastarem do cigarro.

Os adultos, fumantes e não fumantes, afirmam que as advertências de saúde não deveriam se restringir aos espaços dos maços. Ao se tornarem mais acessíveis, as advertências permitiriam que tanto os fumantes se informassem e ficassem mais propensos a deixar de fumar tal como os não fumantes deixassem de experimentar o produto.



Os entrevistados refletem que, normalmente quando a pessoa começa a fumar, o primeiro contato dela não é com o maço de cigarros e sim com o cigarro avulso, comprado ou oferecido por alguém. Com base nessa reflexão, sugerem a inclusão de uma advertência no corpo da unidade do cigarro:

... A gente não pega e começa a fumar, não ganha a embalagem para olhar. No caso, você ganha o cigarro mesmo. Não pega a carteira de cigarro (Jovem fumante, Recife).

Porque quem está com acesso o tempo inteiro com a embalagem já é quem é fumante, entendeu? Aquele que não é fumante ainda, ele mal vê, por exemplo, o guri que começa a fumar, o cara dá o cigarro pra ele, ele não tem acesso à embalagem, geralmente (Adulto fumante, Campo Grande).

Dessa forma, uma alternativa seria a adoção de advertências sanitárias nos próprios cigarros, para complementar os alertas presentes nas suas embalagens, conforme demonstrado em um estudo realizado na Austrália, Canadá, Reino Unido e Estados Unidos<sup>26</sup>, onde os alertas nos próprios cigarros mostraram poder servir como uma intervenção suplementar eficaz em saúde pública, principalmente se as mensagens se relacionarem com as advertências das embalagens.

Os não fumantes e mesmo os fumantes referem que a imagem ilustrativa dos malefícios do tabagismo à saúde deveria estar na face frontal das embalagens de cigarros, para que pudesse ser percebida. Conforme verifica-se nas falas adiante:

Ou poderia ser frente e verso (Jovem fumante, Manaus).

Se colocassem uma imagem dessa [de advertência] aqui [verso] e aqui [frente], não iam vender (Jovem fumante, Recife).

Não teria vontade de começar (Jovem fumante, Manaus).

Quanto mais impacto melhor. Se tivesse na frente seria melhor ainda porque o nome do cigarro a gente já sabe (Adulto fumante, Recife).

Quando questionados sobre quais sugestões eles dariam para melhorar as advertências sanitárias, alguns entrevistados do grupo de adultos não fumantes no Rio de Janeiro fizeram sugestões de texto para compor as advertências, como uma fala que converse com o fumante, de uma forma menos impositiva, além da apresentação de números e estatísticas.

De repente poderia colocar outros avisos. Igual nós começamos agora “Se você quiser viver mais 10 anos” ou botar a quantidade de cigarros “Se você fuma um maço você tem menos 10 anos. Se você fuma dois, tem menos 5 anos de vida, se fumar três, menos não sei quanto tempo...

Ou uma contagem. Contagem regressiva mais em relação à idade e ao tempo de vida? É. Quanto mais você fuma, menos você vive. Um *slogan*.

Uma foto da pessoa real dando testemunho do que aconteceu com ela e como ela superou aquilo, acho que isso seria muito mais impactante do que isso.

Um dado de morte. Câncer, por exemplo, ia 'causar' mais (Jovem não fumante, Campo Grande).

Por fim, alguns posicionamentos dos participantes sobre as imagens de advertência propriamente ditas:

Eu acho que poderia ter algumas fotos mais realistas também porque essas não parecem ser muito realistas (Jovem fumante, Curitiba).

Poderia ser mais clara, é uma imagem escura (Adulto não fumante, Rio de Janeiro).

---

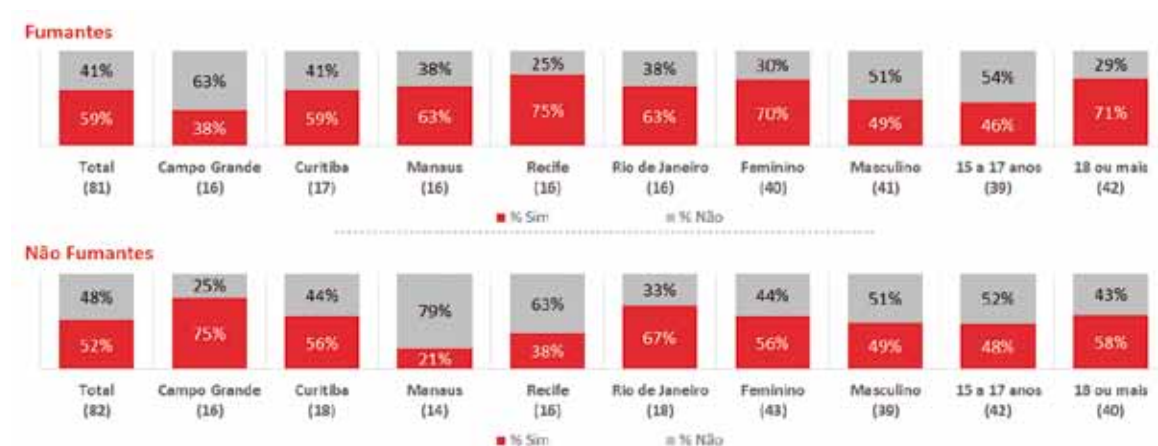
## AVALIAÇÃO QUANTITATIVA

Na abordagem quantitativa complementar, inicialmente foi perguntado a todos os participantes se evitavam olhar ou escondiam a figura da advertência sanitária contida no maço de cigarros. Se sim, qual das imagens evitava olhar ou escondia?

De modo geral, os fumantes evitaram as advertências em percentual ligeiramente maior do que os não fumantes (59% *versus* 52%), respectivamente (Figura 6).

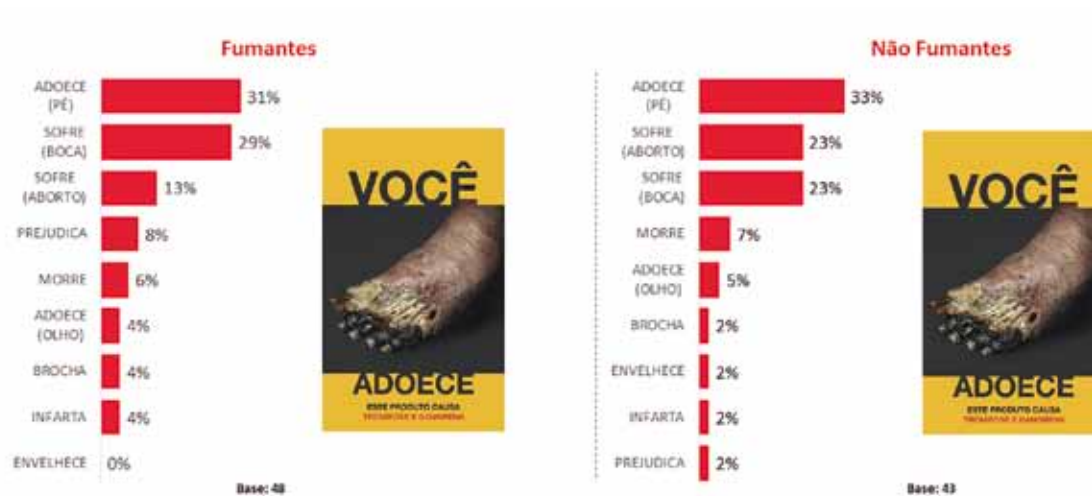
Quanto ao gênero, as mulheres referem esconder ou evitar em maior proporção do que os homens; e, quanto à idade, os maiores de 18 anos escondem ou evitam mais do que os jovens.

Figura 6 - Distribuição por *status* do tabagismo, cidade, gênero e idade, sobre evitar olhar ou esconder as advertências



As três advertências que as pessoas mais escondem ou evitam olhar, para fumantes e não fumantes, são as mesmas: pé, boca e aborto (Figura 7). Sendo a advertência do pé a que ambos os grupos mais evitam olhar.

Figura 7 - Imagens que os participantes mais evitam olhar ou escondem



Em seguida, perguntou-se aos fumantes se as advertências nas embalagens dos cigarros já os fizeram pensar em parar de fumar.

Entre os fumantes entrevistados, 67% já pensaram em deixar de fumar por conta das imagens das advertências. O percentual é maior em Recife (88%) e menor em Manaus (50%), assim como é maior entre as mulheres e os mais jovens (Figura 8).

Figura 8 - Porcentagem dos fumantes que pensaram em deixar de fumar em virtude das advertências



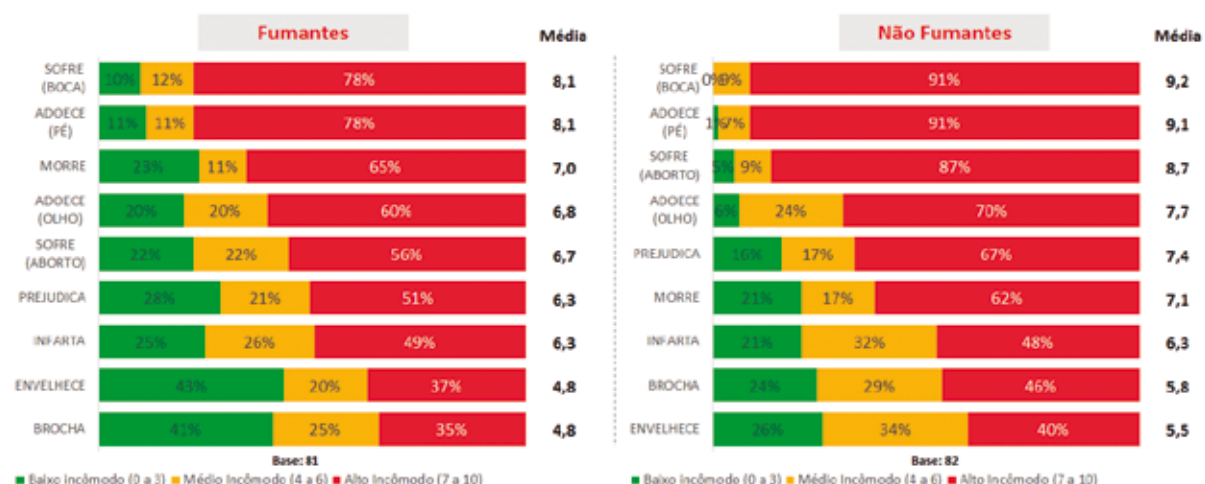
Os fumantes puderam escolher mais de uma advertência. A mais citada como as que fizeram os fumantes pensarem em deixar de fumar foram “sofre (boca)” e “morre” (Figura 9).

Figura 9 - Ranking das advertências que fizeram os fumantes pensarem em deixar de fumar



Por fim, foi solicitado que fosse dada uma nota para cada uma das imagens, considerando uma escala de zero a dez, em que o zero deveria ser atribuído à imagem que menos incomoda e dez para a imagem que mais incomoda. Os resultados são apresentados na Figura 10.

Figura 10 - Distribuição das advertências que geram incômodo entre fumantes e não fumantes



Quando avaliadas individualmente, tanto fumantes quanto não fumantes referem que as advertências que apresentaram a maior pontuação de “incômodo” foram “sofre (boca)” e “adoece (pé)”.

Para finalizar, percebe-se que:

- as advertências “sofre (boca)” e “adoece (pé)” são as que os participantes informaram mais evitar olhar ou esconder, assim como são as únicas com média acima de oito pontos de incômodo nos dois grupos, sendo que no grupo de não fumantes a pontuação ultrapassa nove pontos nas duas advertências;
- as advertências “envelhece” e “brocha” foram igualmente, entre fumantes e não fumantes, as que apresentaram a menor média quanto ao incômodo.

Subsequentemente, a ordem final de incômodo informada pelos participantes da pesquisa, distribuída entre fumantes e não fumantes, demonstra que as imagens que mais incomodam são as compostas por partes do corpo humano com danos aparentes, diferentemente das advertências nas quais as pessoas aparecem demonstrando algum dano não evidente. Esse achado é reforçado pelas imagens que os participantes informam evitar olhar ou esconder, que também evidenciam o dano à saúde (Figura 11):

Figura 11 - Ranking das advertências que mais incomodam entre fumantes e não fumantes



## CONCLUSÕES

Esta pesquisa demonstrou que o conjunto de advertências é uma fonte de informação e que os relatos de aversão às imagens, assim como a associação feita da morte ou adoecimento com o uso do cigarro, reforçam o papel das advertências e da linha de aversividade adotada pelo Brasil, com imagens que visam a uma reação emocional negativa, de repulsa ao produto, assim como podem servir como um “lembrete” para continuar pensando sobre a cessação de fumar entre aqueles que já tentaram parar no passado<sup>27,28</sup>. Artigos apontam que essa abordagem é efetiva para aumentar as percepções do risco de fumar<sup>29,30</sup>.

Dois em cada três fumantes que participaram da pesquisa referem ter pensado em deixar de fumar por causa das advertências, sendo um índice mais alto do que o encontrado na Pesquisa Nacional de Saúde (PNS), de 2019, em que 44,4%, dos fumantes disseram pensar em deixar de fumar por causa das advertências<sup>31</sup>.

As estratégias adotadas pelos fumantes para evitar olhar ou esconder as advertências revelam um incômodo, e o próprio esforço de ocultação indica a importância dessa mensagem, fazendo com que os alertas não sejam esquecidos e continuem a ecoar na consciência dos entrevistados. Ou seja, embora as advertências pictóricas possam levar a reações de prevenção e defesa, tais comportamentos são indicadores de impacto positivo<sup>32</sup>. Esse aspecto fica evidente quando os informantes dizem sentir medo, nojo e repulsa ou quando referem estratégias para esconder ou evitar as advertências.

Os pesquisados afirmam que os não fumantes parecem ser mais impactados do que os fumantes, por dois motivos:

- I. Fumantes dependentes da nicotina podem evitar mais as advertências, e dois estudos apontam nesse sentido. No primeiro, fumantes com alto grau de dependência da nicotina eram menos propensos a processar os alertas, possuíam menos conhecimento dos desfechos de saúde ou tinham menor intenção de deixar de fumar. No segundo, as advertências nos pontos de venda reduziram as chances de compra de cigarros por fumantes com menor dependência de nicotina; no entanto, entre fumantes altamente dependentes, isso não ocorreu. Porém, uma vez que as embalagens com advertências estejam nas mãos de fumantes altamente dependentes, podem servir como um aviso permanente para que procurem serviços para cessação de fumar<sup>33</sup>.
- II. O contato permanente dos fumantes com as advertências pode facilitar o ato de ignorá-las. A literatura científica aponta para diminuição do impacto das advertências ao longo do tempo de exposição, particularmente entre fumantes, sendo necessária a renovação periódica para manutenção da eficácia<sup>34,35</sup>.

Essa diminuição do impacto; ou seja, o desgaste das advertências, pode eventualmente ter ocorrido nesta pesquisa e os resultados apresentados sejam subestimados, como apontado em recente estudo publicado na Europa<sup>36</sup>, tendo em vista que, no momento em que as advertências foram estudadas, já estavam em vigor há um ano.

O Brasil foi o primeiro país a utilizar a palavra “você” acima das imagens de advertências. Essa abordagem foi empregada nas campanhas brasileiras de prevenção a acidentes de trânsito e alcoolismo, com base na teoria de que uma comunicação persuasiva promove uma mudança comportamental, desde que as campanhas de

*marketing* social envolvam o público-alvo, de maneira que ele sintasse parte do processo de mudança e perceba que essa mudança impactará positivamente os que estão à sua volta<sup>37</sup>. O uso do “você” foi percebido pelos entrevistados como uma forma direta de falar com quem está lendo a mensagem e parece ter obtido um impacto positivo, conectando, gerando atenção e, principalmente, convocando o leitor.

Ao revelar as substâncias contidas no cigarro, informações que passaram a ser requeridas pela RDC nº 195/2017 e desconhecidas pelos informantes, os alertas das advertências laterais parecem materializar os efeitos deletérios do cigarro e, por isso, geram muita curiosidade e interesse. A apresentação inovadora das substâncias e causas das doenças amplia o escopo dos alertas de saúde. Mais do que apontar qual malefício o cigarro causa, as mensagens inseridas na lateral das embalagens explicam como o cigarro causa tal consequência.

Quanto à variedade de frases nas laterais, um estudo apontou que quanto maior o número de mensagens exibidas nas advertências, maior é a conscientização dos fumantes sobre os danos à saúde, especialmente quanto às informações que são menos conhecidas<sup>38</sup>, mostrando consistência com os relatos dos entrevistados, que demonstraram surpresa e interesse pela variedade de mensagens.

Apesar desse interesse, somente um entrevistado informou tê-las lido no passado, demonstrando que a localização pode estar desprivilegiada e sua visualização precária. Tendo em vista que os pesquisados identificam a face frontal como a mais visível, as mensagens da lateral poderiam ganhar destaque sendo deslocadas para frente ou inseridas em cartões dispostos dentro dos maços. Essa estratégia, recomendada pela CQCT/OMS, foi adotada pelo Canadá, onde a frequente leitura desses alertas associou-se à autoeficácia para cessação de fumar, sugerindo complementar as advertências<sup>39</sup>.

A forma textual das advertências sanitárias se apresenta como um desafio à compreensão de muitos entrevistados<sup>40</sup>. Os entrevistados sugerem imagens, no lugar dos textos, e esse recurso pode ser fundamental para países em desenvolvimento, com alto grau de analfabetismo funcional.

Quanto à cor amarela, adotada recentemente nas tarjas das advertências, os entrevistados a percebem como um alerta que chama atenção. Esse achado está em conformidade com outro estudo, no qual o amarelo capturou mais rapidamente e prendeu a atenção dos consumidores, sugerindo que as advertências impressas com texto em preto, em um fundo brilhante e contrastante, particularmente amarelo, atraem a atenção dos consumidores para a mensagem e comunicam aviso ou perigo<sup>41</sup>.

No entanto, a estratégia dos fabricantes de modificar embalagens específicas, utilizando a mesma cor das advertências na área de propaganda do maço, parece diminuir o impacto da advertência. Uma alternativa seria advertências com cores de

letra e fundos contrastantes para cada cor de embalagem, ou estabelecer um regulamento que proíba maços da mesma tonalidade dos alertas.

Tendo em vista que, durante a experimentação, o contato se dá com o cigarro avulso e não com a embalagem, introduzir alertas nos próprios cigarros, medida que complementa os alertas das embalagens, pode ser uma importante alternativa no Brasil. Um estudo demonstrou essa inclusão, que pode servir como uma intervenção suplementar eficaz em saúde pública, principalmente se as mensagens se relacionarem com as advertências das embalagens<sup>42</sup>.

Embora o grupo de foco seja rico para estimular o debate, algumas limitações podem ser apontadas, como um possível viés de conveniência social, no qual os participantes podem elaborar suas falas para se sentirem mais aceitos pelos demais membros e pesquisadores, assim como o fato de o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) mencionar instituições de saúde pode ter influenciado algumas respostas. Como uma pesquisa qualitativa, as opiniões expressas nesses grupos não podem ser generalizadas para a população e os resultados talvez fossem diferentes caso fossem utilizadas outras marcas e embalagens de cigarros.

Este estudo apresenta inovações e seus resultados apontam um efeito positivo quanto à adoção da cor amarela e da palavra “você” como formas de chamar a atenção e convocar o leitor. As advertências laterais se mostraram importantes; no entanto, ajustes como a cor, tamanho das letras e localização de maior destaque parecem necessários.

O desgaste das advertências em razão do tempo em que elas estão em vigor, apontado pelos entrevistados, reforça a necessidade de renovação periódica tanto das imagens como dos textos que compõem o conjunto das advertências sanitárias. Assim como a introdução de novo tema, no caso a cegueira, apontou que a inclusão de advertências compostas por novos agravos é importante para informar melhor à população sobre as consequências do tabagismo.

A pesquisa revelou que especificidades, como a dependência da nicotina e a forma da iniciação ao tabagismo, precisam ser consideradas para que as advertências atinjam melhor não só a população jovem, mas também a adulta.

Dado que a prevalência de fumantes no Brasil é maior na população de menor renda e escolaridade<sup>25</sup>, e que parte das advertências sanitárias é composta por textos, pesquisas futuras com iletrados seriam importantes, assim como outros desenhos, como pesquisas on-line ou entrevistas em profundidade.

Apesar das limitações, importantes resultados para o controle do tabaco foram encontrados e podem ser úteis para a Anvisa e demais atores da saúde pública.



## REFERÊNCIAS

1. WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: World Health Organization, 2008. Disponível em: [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43818/9789241596282\\_eng.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43818/9789241596282_eng.pdf?sequence=1). Acesso em: 31 maio 2020.
2. WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO global report on trends in prevalence of tobacco use 2000-2025. 3 ed. Geneva: World Health Organization, 2019. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/330221/9789240000032-eng.pdf?ua=1>. Acesso em: 31 maio 2020.
3. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. A pesquisa nacional de saúde - PNS 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/9160-pesquisa-nacional-de-saude.html?=&t=resultados>.
4. WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO framework convention on tobacco control. Geneva: World Health Organization, 2003. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42811/9241591013.pdf?sequence=1>. Acesso em: 01 jun. 2020.
5. BRASIL. Decreto nº 5.658, de 2 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. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/decreto/d5658.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5658.htm).
6. WORLD HEALTH ORGANIZATION. The WHO Framework Convention on Tobacco Control: an overview. 2015. Disponível em: [https://www.who.int/fctc/about/WHO\\_FCTC\\_summary\\_January2015.pdf?ua=1&ua=1](https://www.who.int/fctc/about/WHO_FCTC_summary_January2015.pdf?ua=1&ua=1). Acesso em: 01 jun. 2020.
7. WORLD HEALTH ORGANIZATION. Guidelines for implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Disponível em: [https://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_11.pdf?ua=1](https://www.who.int/fctc/guidelines/article_11.pdf?ua=1).
8. UNDERWOOD, R. L.; KLEIN, N. M.; BURKE, R. R. Packaging communication: attentional effects of product imagery. *Journal of Product & Brand Management*, v. 10, n. 7, pp. 403-422, 2001.
9. MEYERS, H.; LUBLINER, M. J. *The marketer's guide to successful package design*. Chicago: NTC Business Books, 1998.
10. WAKEFIELD, M. et al. The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents. *Tobacco Control*, v. 11, supl. 1, p. i73-i80, 2002.
11. BORLAND, R.; HILL, D. Initial impact of the new Australian tobacco health warnings on knowledge and beliefs. *Tobacco Control*, v. 6, p. 317-25, 1997.
12. HAMMOND, D. et al. 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*, v. 15, n. 3, p. 19-25, 2006.
13. BORLAND, R. et al. How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC Four Country Survey. *Addiction*, v. 104, n. 4, p. 669-675, 2009.
14. Elliott & Shanahan Research. *Literature Review: Evaluation of the Effectiveness of the Graphic Health Warnings on Tobacco Product Packaging 2008*. S.l.: Australian

Government Department of Health and Ageing, 2009. Unpublished report.

15. NGO, A. et al. Global Evidence on the Association between Cigarette Graphic Warning Labels and Cigarette Smoking Prevalence and Consumption. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 15, n. 3, p. 421, 2018.

16. Sambrook Research International. A review of the science base to support the development of health warnings for tobacco packages. Newport: European Commission, Directorate General for Health and Consumers, 2009. Disponível em: [https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/tobacco/docs/warnings\\_report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/tobacco/docs/warnings_report_en.pdf). Acesso em: 07 jul. 2020.

17. SHANAHAN, P.; ELLIOTT, D. Evaluation of the Effectiveness of the Graphic Health Warnings on Tobacco Product Packaging 2008 – Executive Summary. Canberra: Australian Government Department of Health and Ageing, 2009.

18. PARTOS, T.R. et al. Cigarette packet warning labels can prevent relapse: findings from the International Tobacco Control 4-Country policy evaluation cohort study. *Tobacco Control*, v. 22, n. 1, p. 43-50, 2013.

19. HAMMOND, D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Canada: University of Waterloo, 2008.

20. WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO Report on the global tobacco epidemic, 2011: Warning about the dangers of tobacco. Geneva: World Health Organization, 2011. Disponível em: [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44616/9789240687813\\_eng.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44616/9789240687813_eng.pdf?sequence=1). Acesso em: 01 jun. 2020.

21. WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO report on the global tobacco epidemic, 2019: Offer help to quit tobacco use. Geneva:

World Health Organization, 2019. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/326043/9789241516204-eng.pdf?ua=1>. Acesso em: 01 jun. 2020.

22. SILVA, A. L. O. et al. Tobacco industry strategies to prevent a ban on the display of tobacco products and changes to health warning labels on the packaging in Brazil. *Tobacco Prevention & Cessation*, v. 6, p. 1-8, 2020.

23. BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada – RDC N° 195, de 14 de dezembro de 2017. Dispõe sobre embalagens e advertências sanitárias para produtos fumígenos derivados do tabaco. Disponível em: [http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3119516/%281%29RDC\\_195\\_2017\\_COMP.pdf/f2a1411b-ee59-4ea8-a119-28d9899976cb](http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3119516/%281%29RDC_195_2017_COMP.pdf/f2a1411b-ee59-4ea8-a119-28d9899976cb).

24. BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância de Doenças e Agravos não Transmissíveis e Promoção da Saúde. *Vigitel Brasil 2017: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2016* / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Vigilância de Doenças e Agravos não Transmissíveis e Promoção da Saúde. – Brasília: Ministério da Saúde, 2018. Disponível em: [http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel\\_brasil\\_2017\\_vigilancia\\_fatores\\_riscos.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel_brasil_2017_vigilancia_fatores_riscos.pdf).

25. BAZOTTI, A. et al. Tabagismo e pobreza no Brasil: uma análise do perfil da população tabagista a partir da POF 2008-2009. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 21, n. 1, p. 45-52, 2016.

26. DROVANDI, A. et al. Smoker perceptions of health warnings on cigarette packaging and cigarette sticks: A four-country study. *Tobacco Induced Diseases*, v. 17, 2019.

27. INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER (Brasil). Brasil: Advertências sanitárias nos produtos de tabaco 2009. Rio de Janeiro: INCA, 2008. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/sites/ufu.sti.inca.local/files//media/document//livro-brasil-advertencias-sanitarias-nos-produtos-de-tabaco-2009.pdf>.
28. SZKLO, A. S.; VOLCHAN, E.; THRASHER, J. F. Do more graphic and aversive cigarette health warning labels affect Brazilian smokers' likelihood of quitting? *Addictive Behaviors*, v. 60, p. 209–212, 2016.
29. EVANS, A. T. et al. Cigarette graphic warning labels increase both risk perceptions and smoking myth endorsement. *Psychology & Health*, v. 33, n. 2, p. 213–234, 2018.
30. SILLERO-REJON, C. et al. Avoidance of tobacco health warnings? An eye-tracking approach. *Addiction*, v. 116, n. 1, p. 126–138, 2021.
31. BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa nacional de saúde: 2019. Rio de Janeiro : IBGE, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/9160-pesquisa-nacional-de-saude.html?=&t=resultados>.
32. BORLAND, R. et al. How reaction to cigarette packet health warnings influence quitting: Findings from the ITC Four Country survey. *Addiction*, v. 104, n. 4, p. 669–675, 2009.
33. SHADEL, W. G. et al. Do graphic health warning labels on cigarette packages deter purchases at point-of-sale? An experiment with adult smokers. *Health Education Research*, v. 34, n. 3, p. 321–331, 2019.
34. WOELBERT, E.; D'HOMBRES, B. Pictorial health warnings and wear-out effects: evidence from a web experiment in 10 European countries. *Tobacco Control*, v. 28, n. 1, p. e71–e76, 2019.
35. HAMMOND, D. Tobacco packaging and labeling policies under the U.S. *Tobacco Control Act: Research Needs and Priorities. Nicotine & Tobacco Research*, v. 14, n. 1, p. 62–74, 2012.
36. KAHNERT, S. et al. Effectiveness of tobacco warning labels before and after implementation of the European Tobacco Products Directive—findings from the longitudinal EUREST-PLUS ITC Europe surveys. *European Journal of Public Health*, v. 30, suppl. 3, p. iii84–iii90.
37. ROCHA, J. C.; TONI, D.; RÜBENICH, N. V. Comunicação persuasiva como forma de reduzir acidentes de trânsito: Revisão sistemática da literatura. In: MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO, 14., 2014, Caxias do Sul. Anais [...]. Caxias do Sul: UCS, 2014. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/mostrappga2014/paper/viewFile/3798/1223>
38. GREEN, A. C. et al. Impact of adding and removing warning label messages from cigarette packages on adult smokers' awareness about the health harms of smoking: findings from the ITC Canada Survey. *Tobacco Control*, v. 28, n. 1, p. e56–e63, 2019.
39. THRASHER, J. F. et al. Cigarette package inserts can promote efficacy beliefs and sustained smoking cessation attempts: A longitudinal assessment of an innovative policy in Canada. *Preventive Medicine*, v. 88, p. 59–65, 2016.
40. HAMMOND, D. Tobacco labelling and packaging toolkit: A guide to FCTC Article 11. Waterloo: Department of Health Studies; University of Waterloo, 2009.
41. LEMPERT, L. K.; GLANTZ, S. A. Implications of Tobacco Industry Research on Packaging Colors for Designing Health Warning Labels. *Nicotine & Tobacco Research*, v. 18, n. 9, p. 1910–1914, 2016.
42. DROVANDI, A. et al. Smoker perceptions of health warnings on cigarette packaging and cigarette sticks: A four-country study. *Tobacco Induced Diseases*, v. 17, p. 23, 2019.

---

Fontes: Lato, corpo 12 e Lora, corpo 19.  
Brasília - DF, abril de 2021

ISBN: 978-65-89701-08-8

CBL



9 786589 701088



UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO DE JANEIRO



FIOCRUZ  
Fundação Oswaldo Cruz



DISQUE SAÚDE

**136**

Central de Atendimento ao Cidadão  
www.saude.gov.br



**ANVISA**  
Agência Nacional de Vigilância Sanitária



MINISTÉRIO DA  
**SAÚDE**



PÁTRIA AMADA  
**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL