

Efeitos das embalagens padronizadas de cigarros sobre adultos fumantes e não fumantes: uma análise qualitativa

Projeto de Qualificação

Mestrado em Saúde Pública 2018

Eixo: Política, Planejamento, Gestão e Cuidados em Saúde

Aluno: Felipe Lacerda Mendes

Orientadora: Marismary Horsth De Seta

Tabagismo é um grave problema de saúde pública

- Prevalência de fumantes em 10,1% (Vigitel, 2017)
- 148 mil mortes por ano - 12,6% de todas as mortes no país (PINTO et al, 2017)
- Custos para o governo = R\$56 bilhões/ano (PINTO et al, 2017)
 - R\$ 39 bilhões com tratamento médico
 - R\$ 17 bilhões com pensões e perda de produtividade
- Experimentação: 18,4% entre escolares do 9º ano (PENSE, 2015)
- Aumento no consumo entre jovens adultos de 18 a 24 anos: 7,4% em 2016 para 8,5% em 2017 (Vigitel)

Documentos secretos da indústria:

“[...] se as companhias de tabaco parassem realmente de dirigir o marketing para crianças, dentro de 25 a 30 anos as empresas estariam fora do negócio, porque elas não teriam clientes o suficiente para continuar nesse ramo.”

Bennett LeBow, da Vector Group, Holding company da Liggett Group Inc

Instagram – Campanha #aheadbr



344 curtidas

miliandolla nois tá como? #aheadbr @ahead.br



liviamoreira • Seguir



165 curtidas

liviamoreira 🌟👉 #aheadbr @ahead.br

Rock in Rio 2018



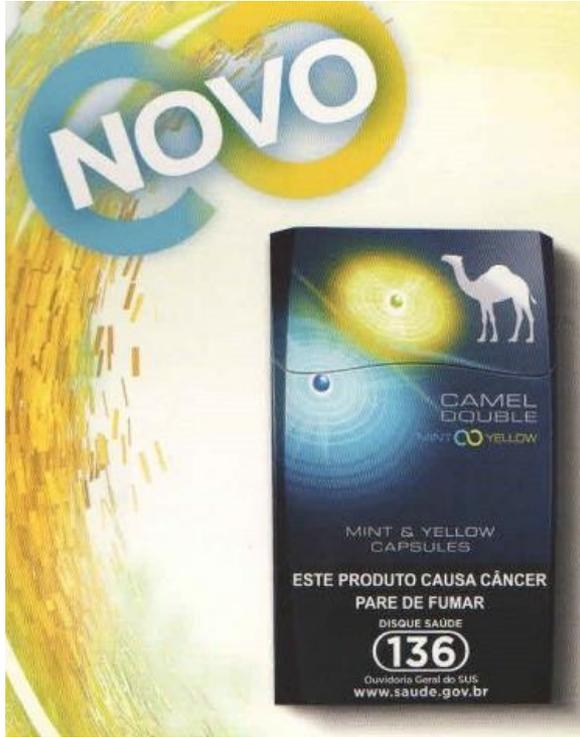
Lollapalooza 2019



Desde 2012



EMBALAGENS SOFISTICADAS E CIGARROS COM SABORES DIVERSIFICADOS



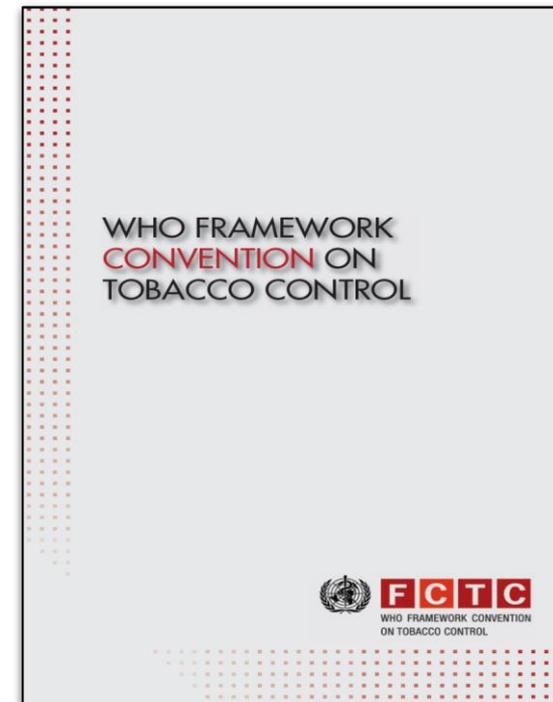


Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (Decreto nº 5.658/2006)

Primeiro tratado internacional de saúde pública negociado sob coordenação da OMS.

Objetivo: Proteger as gerações presentes e futuras das consequências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas geradas pelo tabaco.

Artigo 11: *As Partes devem considerar a adoção de medidas para restringir ou proibir o uso de logotipos, cores, imagens de marca ou informação promocional nas embalagens, que não sejam o nome da marca e o nome do produto, exibidos em uma cor e um estilo de fonte padrão (embalagem padronizada).*



Austrália



Reino Unido



França



Cancer Institute NSW



Implemented



Progressing

Estudos pré e pós adoção na Austrália mostram que as embalagens padronizadas:

1. Reduzem o apelo, atratividade, gosto, prestígio, elegância, qualidade e satisfação do usuário;
2. Geram menor probabilidade das pessoas acreditarem que certas marcas de cigarros são menos prejudiciais à saúde, ou são mais fáceis de parar de fumar;
3. Causam percepção negativa do sabor do cigarro;
4. Tornam as pessoas menos propensas a associar traços positivos de personalidade (como estar na moda, ser sociável);
5. Percebem níveis mais altos de toxicidade e de risco à saúde;
6. Tornam as advertências de saúde mais salientes e perceptíveis, gerando mais motivação para deixar de fumar;
7. Contribuíram para quedas contínuas na prevalência do tabagismo na Austrália.

Plain packaging: a logical progression for tobacco control in one of the world's 'darkest markets'

Michelle Scollo, Megan Bayly, Melanie Wakefield

ABSTRACT

The Australian approach to tobacco control has been a comprehensive one, encompassing mass media campaigns, consumer information, taxation policy, access for smokers to smoking cessation advice and pharmaceutical treatments, protection from exposure to tobacco smoke and regulation of promotion. World-first legislation to standardise the packaging of tobacco was a logical next step to further reduce misleadingly reassuring promotion of a product known for the past 50 years to kill a high proportion of its long-term users. Similarly, refreshed, larger pack warnings which started appearing on packs at the end of 2012 were a logical progression of efforts to ensure that consumers are better informed about the health risks associated with smoking. Regardless of the immediate effects of legislation, further progress will continue to require a comprehensive approach to maintain momentum and ensure that government efforts on one front are not undermined by more vigorous efforts and greater investment by tobacco companies elsewhere.

'Quit' campaigns established in each state from 1983 used mass media to educate the community about the dangers of smoking.⁸ Government funding was secured to place advertisements during prime-time television rather than merely in late night 'community service' spots.⁹ Professional public relations activities encouraged media coverage and used celebrities and high-rating television and radio programmes to popularise the 'Quit' message.⁹ Public support for the 'Quit' initiative helped to encourage governments to seriously consider, and then start to enact, recommendations from international health agencies to ban all forms of promotion of tobacco products,¹⁰ and to raise taxes on tobacco products with the dual objectives of making smoking less affordable, generating additional funds for expanded public education campaigns and replacing tobacco sponsorship of sport.¹¹

During the late 1980s and early 1990s, concerns about the health effects of exposure to other people's smoking¹² saw the progressive restriction

Evolução das Advertências Sanitárias no Brasil

2001-2003

2004-2008

2009-2017

2018

O Ministério da Saúde adverte:

**FUMAR NA GRAVIDEZ
PREJUDICA O BEBÊ.**



O Ministério da Saúde adverte:

**AO FUMAR VOCÊ INALA
ARSÊNICO E NAFTALINA,
TAMBÉM USADOS CONTRA
RATOS E BARATAS.**

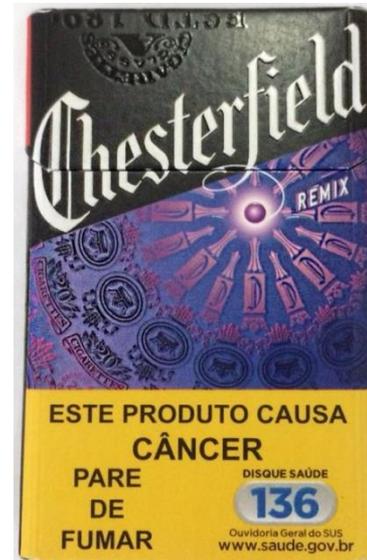


PERIGO



O Ministério da Saúde adverte:
O risco de derrame cerebral é maior com
o uso deste produto.

PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997



VOCÊ



SOFRE

ESTE PRODUTO CAUSA
CÂNCER DE BOCA, LÍNGUA E ESÓFAGO

Aprovadas na CCJ medidas de proteção a menores contra o fumo

Da Redação | 03/07/2019, 16h42



A senadora Leila Barros, relatora do projeto do senador José Serra, elaborou um texto negociado que amplia as restrições a publicidade, venda e variedades de cigarros

Trecho do texto aprovado na CCJ do Senado:

Artigo 3º § 4º da Lei nº 9.294/1996:

Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as mensagens, imagens e figuras a que se refere o § 3º serão (...) usadas e inseridas (...) em:

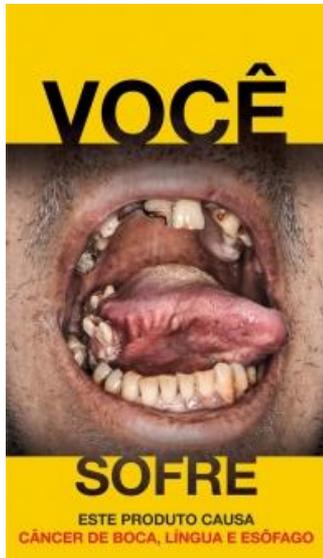
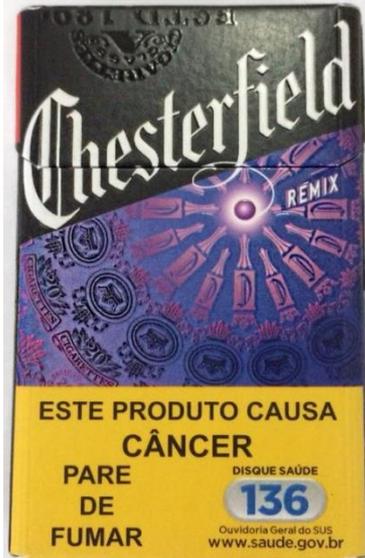
I – cem por cento de sua face posterior;

II – sessenta e cinco por cento de sua face frontal;

III – cem por cento de sua face inferior e de suas faces laterais esquerda e direita;

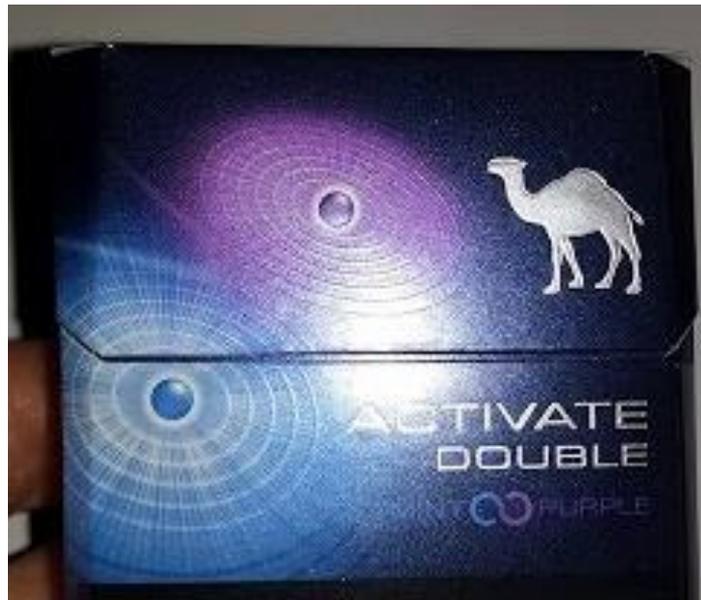
IV – sessenta e cinco por cento de sua face superior.

2018





Marca
Variação



Perceptions and impact of plain packaging of tobacco products in low and middle income countries, middle to upper income countries and low-income settings in high-income countries: a systematic review of the literature

Nicole Hughes,¹ Monika Arora,² Nathan Grills¹

ABSTRACT

Objective: To review the current literature around the potential impact, effectiveness and perceptions of plain packaging in low income settings.

Method: A systematic review of the literature.

Data sources: 9 databases (PubMed, Global Health, Social Policy and Practice, Applied Social Sciences Index and Abstracts (ASSIA), CINAHL, PsycINFO, British Library for Development Studies (BLDS), Global Health Library and Scopus) were searched. The terms used for searching combined terms for smoking and tobacco use with terms for plain packaging.

Study selection: Studies investigating the impact of plain packaging on the determinants of tobacco use, such as smoking behaviour, appeal, prominence, effectiveness of health warnings, response to plain packs, attitudes towards quitting or likelihood of smoking in low-income settings, were identified. Studies must have been published in English and be original research of any level of rigour.

Data extraction: Two independent reviewers assessed studies for inclusion and extracted data.

Data synthesis: The results were synthesised qualitatively, with themes grouped under four key headings: appeal and attractiveness; salience of health warnings and perceptions of harm; enjoyment and perceived taste ratings; and perceptions of the impact on tobacco usage behaviour.

Results: This review has identified four articles that met the inclusion criteria. Studies identified that tobacco products in plain packaging had less appeal

Strengths and limitations of this study

- This study provides supportive evidence of the potential impact of plain tobacco packaging in low-income settings to reduce packaging appeal.
- A limitation of this review is the scarcity of research in low-income settings, which limits the ability to draw conclusions for low and middle income countries (LMIC's) more generally.
- Further research on the impact, perceptions and effectiveness of plain packaging in LMICs and low-income settings is required.

avoidable mortality around the world. From as early as 1956, the negative health effects of tobacco use were known,² but it remains a highly utilised substance. There are considerable differences in tobacco use and prevalence patterns across the world. In a number of high-income countries, there has been a significant decline in tobacco use (such as in Australia where smoking prevalence has halved from 26.1% in 1991 to 13.3% in 2013³); however, in many low to middle income countries (LMIC), such as in India where 26% of adults use smokeless tobacco, and 14% of adults smoke tobacco,⁴ this is not the case, with high tobacco use prevalence rates per-

Faz-se necessário desenvolver pesquisas sobre o impacto, percepções e efetividade das embalagens padronizadas em países de baixa e média rendas.

A maior parte das evidencias sobre embalagens padronizadas foram desenvolvidas em países de alta renda.



RESEARCH ARTICLE

Open Access

The potential impact of plain packaging of cigarette products among Brazilian young women: an experimental study

Christine M White¹, David Hammond^{1*}, James F Thrasher^{2,3} and Geoffrey T Fong^{4,5}

Abstract

Background: Tobacco use is responsible for 5.4 million deaths every year worldwide and is a leading cause of preventable death. The burden of these deaths is rapidly shifting to low and middle-income countries, such as Brazil. Brazil has prohibited most forms of tobacco advertising; however, the cigarette pack remains a primary source of marketing. The current study examined how tobacco packaging influences brand appeal and perceptions of health risk among young women in Brazil.

Methods: A between-subjects experiment was conducted in which 640 Brazilian women aged 16–26 participated in an online survey. Participants were randomized to view 10 cigarette packages according to one of three experimental conditions: standard branded packages, the same packs without brand imagery ("plain packaging"), or

A remoção de descritores nas embalagens padronizadas diminuíram ainda mais as classificações de apelo, gosto e suavidade, e também reduziram associações com atributos positivos de marca.

Objetivo deste Projeto:

Analisar os efeitos das atuais embalagens de cigarros e dos protótipos de embalagens padronizadas sobre adultos fumantes e não fumantes de três cidades brasileiras.

Objetivos específicos:

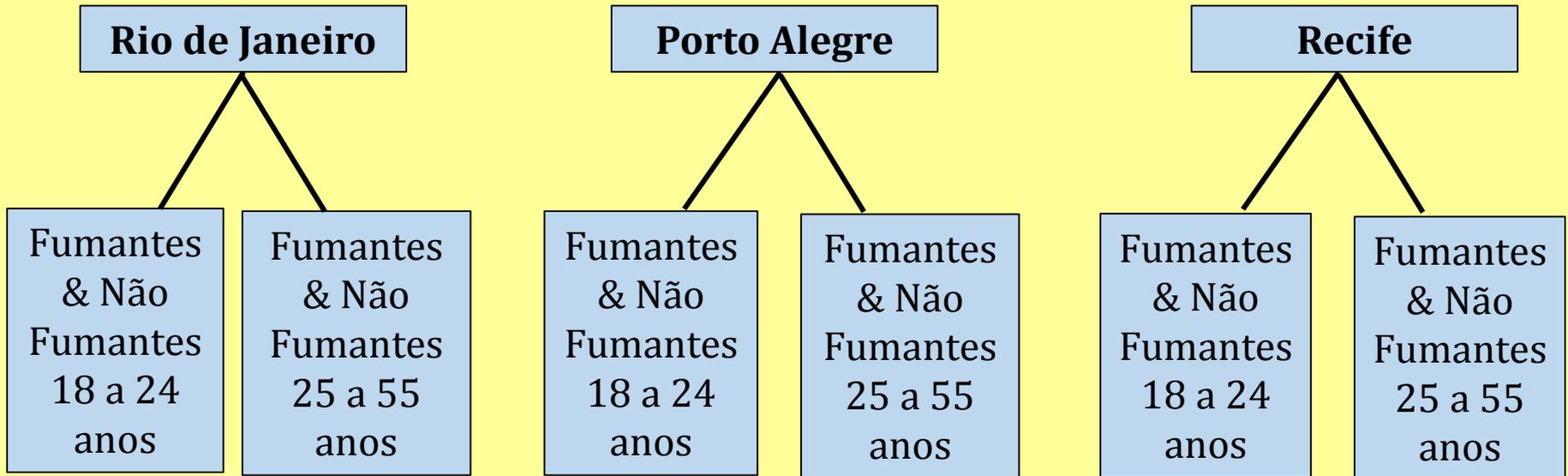
- Avaliar a atratividade das atuais embalagens de cigarros, considerando sua diferenciação por elementos físicos (marcas, cores, texturas e imagens), percepção de risco, grupos a que se destinam, características e sentimentos que representam, e
- Analisar a percepção dos participantes em relação aos protótipos de embalagens padronizadas, em especial quanto ao potencial de gerar desinteresse ou repulsa para experimentação e estímulo à cessação de fumar.

Protótipos de Embalagens Padronizadas de Cigarros



METODOLOGIA

- Seis grupos focais, com oito participantes cada (total: 48 participantes)
- Adultos fumantes e não fumantes de 18 a 55 anos de idade.
- Características heterogêneas: status do tabagismo, aspectos de renda, escolaridade e local de residência.



METODOLOGIA

- **Não Inclusão de participantes:**

1. Menores de 18 anos;
2. Adultos maiores de 55 anos;

- **Exclusão de participantes:**

1. Mulheres grávidas;
2. Adultos analfabetos ou com ensino fundamental incompleto;
3. Fumantes exclusivos de charutos, cachimbos e outros produtos de tabaco.

Dinâmica dos Grupos Focais

- Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
- Moderação por profissional sênior de empresa de pesquisa (discussão ativa, observação, motivação, etc.)
- Pesquisadores observadores em sala de espelho
- Formato de entrevista semiestruturada – roteiro orientador
- Três blocos de perguntas:
 1. embalagens atuais de cigarros (com manuseio)
 2. embalagens padronizadas de cigarros (com manuseio)
 3. pontos de venda de cigarros.

Dinâmica dos Grupos Focais

Algumas questões do roteiro sobre as embalagens atuais de cigarros:

- Remete a algum outro produto;
- Que interesses despertam;
- O que ela comunica;
- O que chama mais atenção;
- É destinada a algum público específico;
- O design da embalagem interfere no interesse;
- As embalagens estão adequadas, se deveriam ser modificadas.



Dinâmica dos Grupos Focais

Algumas questões do roteiro sobre os protótipos de embalagens padronizadas:

- Identificam **diferenças** entre as embalagens atuais e essas;
- O que elas **transmitem**;
- Parecem conter um produto **menos ou mais prejudicial**;
- São **menos ou mais atraentes**;
- Se acredita que essas embalagens **ajudariam os fumantes a deixarem de fumar**;
- Qual (quais) cor (cores) desperta(m) mais interesse e quais menos.

