

Um terço da queda do número de fumantes do país ocorreu por conta das políticas, mas é preciso avançar

ACT lança, em parceria com Fundação do Câncer e Instituto Nacional de Câncer, pesquisa internacional sobre tabagismo

Um de cada três fumantes brasileiros que optaram por deixar o cigarro, entre 1989 e 2010, o fizeram graças às medidas adotadas para restringir a publicidade do tabaco. Já a prevalência do tabagismo poderia ser reduzida em mais de 2% a 7%, até o ano de 2050, caso a proibição total da propaganda fosse colocada em prática a partir de 2010, mantendo igual o cenário em relação às outras políticas de controle do tabaco vigentes no país. Esses cálculos, realizados pelo modelo de simulação SimSmoke, fazem parte do relatório Política Internacional do Controle do Tabaco (ITC) sobre o Brasil – Publicidade, Promoção e Patrocínio do Tabaco, com dados inéditos, que será lançado nesta terça-feira, dia 28, na sede da Organização Pan-Americana da Saúde, em Brasília, em celebração ao Dia Mundial sem Tabaco.

A pesquisa foi realizada com adultos fumantes e não-fumantes nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre, em dois momentos: 2009, e entre 2012 e 2013. A Aliança de Controle do Tabagismo participou do estudo, junto com a Fundação do Câncer e o Instituto Nacional de Câncer (Inca).

Antes, às 10h30, também na Opas, a ACT reunirá líderes em controle do tabagismo para, juntos, cobrarem do governo federal, mais uma vez, avanços na política de controle do tabagismo. A lei 12.546/11, que proíbe o fumo em ambientes fechados e a propaganda de cigarros em pontos de venda, foi sancionada pela Presidência da República em dezembro 2011, mas ainda não está sendo aplicada em todo o País porque falta regulamentá-la. Ao mesmo tempo, há ações no Legislativo e Judiciário para retirar o poder de regulamentação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e reverter decisão tomada em 2012, de proibir os aditivos nos cigarros.

A PESQUISA ITC

Os dados da pesquisa ITC, realizada no Brasil em 2009 e depois em 2012-2013, com adultos fumantes e não-fumantes, indicam que a crescente restrição da publicidade e promoção de produtos de tabaco ao longo das últimas décadas no Brasil reduziu de forma significativa a percepção das propagandas desses produtos por esse grupo. Ainda assim, o nível de percepção em 2012 e 2013 ainda é significativo, pois quase um quarto dos fumantes (22,6%) e não-fumantes (24,9%) - notaram situações relacionadas a marketing de produtos de tabaco que os estimularam a fumar.

“Essa pesquisa mostra que nossos governantes precisam escutar o que a população está dizendo. Esse relatório prova isso, e já havíamos confirmado também com pesquisas de opinião. Por isso, pergunto: por que o governo não regulamenta a lei antifumo? Por que o Poder Legislativo não derruba o projeto de lei que libera os aditivos?” diz Paula Johns.

A pesquisa utilizando o modelo SimSmoke para estimar o efeito de políticas públicas na redução do tabagismo, mostrou que no Brasil, entre 1989 e 2010, as medidas adotadas resultaram em uma queda na prevalência de fumantes da ordem de 46% e que nesse período, 420.000 mortes relacionadas ao tabaco foram evitadas. O trabalho mostrou ainda que as medidas adotadas nacionalmente para restringir a propaganda e promoção de produtos de tabaco, além da proibição de patrocínio em eventos esportivos, contribuíram com 14% dessa redução.

A pesquisa ITC Brasil é coordenada pela Universidade de Waterloo, no Canadá, e no Brasil, pelo INCA, em parceria com a Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas do Ministério da Justiça, Fundação do Câncer, Aliança de Controle do Tabagismo e Fiocruz. É um estudo de coorte, realizado nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre, que acompanha 1.800 pessoas desde o ano de 2009, o que permite avaliar possíveis mudanças na percepção da população sobre os males causados pelo tabagismo, além do efeito da implementação de políticas. O trabalho, em duas etapas - as chamadas ondas - foi feito de abril a junho de 2009 e de outubro de 2012 a fevereiro de 2013.

Os dados da pesquisa ITC corroboram os achados de outras pesquisas internacionais e nacionais que confirmam o efeito nocivo da propaganda em aumentar a epidemia de tabagismo, assim como o efeito positivo na redução do consumo de medidas que proíbem a propaganda, promoção de produtos de tabaco, além de atividades de patrocínio por estes produtos.

DATAFOLHA

Pesquisa da ACT encomendada ao Instituto Datafolha, realizada entre abril e maio de 2013, mostra que a população da cidade São Paulo apoia a adoção de medidas de controle do tabagismo.

A aprovação da lei estadual antifumo é generalizada entre os paulistanos (91%) e há, praticamente, consenso de que ficou mais agradável frequentar locais públicos fechados após a implementação da medida, que entrou em vigor em 2009. Mesmo entre os fumantes, o índice de aprovação mantém-se alto: sete entre dez concordam com a lei.

A pesquisa ACT/Datafolha também constatou que a maioria da população paulistana é favorável à adoção de medidas de redução de consumo dos cigarros:

- 75% são favoráveis ao aumento de preços e impostos de cigarros;
- 76% apóiam que os cigarros sejam vendidos embaixo do balcão, como já acontece em outros países (Inglaterra, Escócia, Canadá);
- 76% concordam que a exposição do cigarro estimula o consumo e a compra, principalmente pelos mais jovens.
- 76% apoiam o fim dos cigarros com sabores como menta, cravo, chocolate.