

# Uso de aditivos, exposição de cigarros e prevenção ao tabagismo

Mônica Andreis  
Psicóloga, Vice-Diretora da ACT – Aliança de Controle do Tabagismo  
Ana Luiza Curi Hallal  
Médica, Doutora em Saúde Pública e Consultora da ACT

O tabagismo é considerado como a principal causa de doenças e mortes potencialmente evitáveis. São mais de cinco milhões de mortes anualmente no mundo associadas ao uso de produtos de tabaco.

A idade média de iniciação é de 15 anos e 90% dos tabagistas começa a fumar antes dos 19 anos de idade. A cada dia 100 mil jovens começam a fumar, sendo que 80% deles vivem em países em desenvolvimento. Por isto, o tabagismo é reconhecido pela OMS como uma doença pediátrica.

Por iniciarem em idade precoce e tornarem-se consumidores fiéis de seu produto, uma vez que rapidamente se instala a dependência nicotínica, os jovens têm sido alvo de intensas campanhas de marketing por parte das indústrias de tabaco. Documentos internos revelados demonstram claramente o interesse por este público.

No Brasil, Pesquisa Nacional sobre Saúde do Escolar (PENSE) do Ministério da Saúde e IBGE mostrou que a proporção de estudantes do ensino fundamental (entre 13 e 15 anos) que experimentaram cigarros em 2009 foi de 24,5%, sendo mais elevada nas escolas públicas (26,7%) do que nas privadas (18,3%).

Entre as diversas iniciativas utilizadas para atrair as crianças e jovens, encontram-se o uso de aditivos visando melhorar a palatabilidade de cigarros, com o uso de sabores e aromas como menta, chocolate, baunilha, cereja, etc.

Outra estratégia é o desenvolvimento de produtos com embalagens sofisticadas e atraentes, posicionadas de forma a chamar a atenção e seduzir os freqüentadores dos inúmeros pontos de venda como padarias, mercados e bancas de jornais. Pesquisa realizada em São Paulo mostrou que a maioria dos estabelecimentos que comercializa cigarros possui, num raio de até um quilômetro, alguma escola de nível fundamental ou médio próxima, e mais de um terço tem faculdade nas proximidades. Em 93% dos locais, os cigarros ficam próximos do caixa, e em 83% deles, os cigarros ficam também próximos de balas, chocolates ou doces, produtos com forte apelo junto ao público infante-juvenil.

Estes dois temas, uso de aditivos e exposição de cigarros, são objeto de consultas públicas da ANVISA (números 112 e 117, de 2010), visando sua proibição e alinhamento com as diretrizes do tratado internacional do qual o Brasil é signatário, a Convenção Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT). O tratado conta atualmente com a adesão de 172 países e reconhece que *“os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência e que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência do tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças”*.

Do ponto de vista de saúde pública, não existe justificativa para permitir o uso de estratégias que têm o objetivo de tornar os produtos de tabaco atraentes. A época de glamourização destes produtos passou e com o conhecimento científico atual não se pode negligenciar a leviandade de insistir em sua promoção, especialmente para jovens. É preciso identificar o cigarro pelo que de fato ele é, um produto que apesar de legalizado, é causa de dependência, adocimento e mortes.

\*\*\*\*\*