

Ministério da Saúde

FIOCRUZ

Fundação Oswaldo Cruz



ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE
JOAQUIM VENÂNCIO

Milena Cristina Buriche Ferreira da Silva

TABAGISMO: como marketing influencia o seu consumo e comércio

**Rio de Janeiro
2019**

Milena Cristina Buriche ferreira da silva

**TABAGISMO: A INFLUÊNCIA DO MARKETING COMO
INCENTIVO AO CONSUMO E COMÉRCIO**

**Projeto de monografia apresentado à Escola
Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio –
Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV-Fiocruz) como
requisito parcial para aprovação no Curso
Técnico em Análises Clínicas.**

Orientador(a): Mônica Mendes Caminha Murito

**Rio de Janeiro
2019**

RESUMO

O tabagismo é reconhecido como doença crônica causada pela dependência da nicotina, substância presente nos produtos do tabaco e liberadas na fumaça do cigarro. Estas substâncias desencadeiam diversos problemas à saúde, como é apresentado nas embalagens do próprio produto. Nas últimas décadas houve uma atenuação no uso destes produtos, parte disto vem das políticas antitabagistas, mas, além disto, o consumo do tabaco sofreu influências dos meios midiáticos de divulgação, o marketing. Ao longo dos anos observamos mudanças em relação aos requisitos adotados pela sociedade e a forma que a divulgação passou a ter. O marketing possui grande poder sobre o consumo, incentivando o uso de cigarro, através da figura viril e autossuficiente, promovendo uma irresistibilidade a consumir para alcançar esta imagem divulgada pela propaganda. Este projeto utilizou como metodologia a revisão bibliográfica sobre o tema abordado, utilizando-se a base de dados Lilacs e Scielo.

Palavras-chave: Tabagismo. Marketing. Consumo. Saúde.

*Dedico esse trabalho a todas as
pessoas que têm suas vidas afetadas devido ao
tabagismo e suas consequências.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV-Fiocruz) por apoiar e proporcionar os conhecimentos necessários para realização deste projeto.

Agradeço à minha orientadora Mônica Mendes Caminha Murito, que desde o início me ajudou e incentivou a chegar até o fim.

Por fim, agradeço especialmente aos meus familiares e aos meus amigos por ajudarem a concluir mais essa etapa da minha vida, me apoiando e incentivando a finalizar esse projeto mesmo com todas as dificuldades enfrentadas nesse último ano.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
JUSTIFICATIVA	11
OBJETIVOS:	13
GERAL	13
ESPECÍFICOS	13
METODOLOGIA	14
CAPÍTULO 1 – TABAGISMO	15
CAPÍTULO 2 – MARKETING DO TABAGISMO	23
2.2 CONTROLE DO TABACO	27
2.3 CONSTRUÇÃO IMAGINÁRIA SOBRE O FUMO	30
CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

INTRODUÇÃO

O tabagismo é o consumo direto ou indireto de qualquer produto derivado do tabaco. A queima desses produtos libera substâncias tóxicas, entre as quais se destacam a nicotina e o monóxido de carbono (OMS, 2016). Ele é considerado pela Organização Mundial de Saúde (OMS, 2016) como a principal causa de morte evitável no mundo, além disso, é um grande problema de saúde pública e responsável pela morte de sete milhões de pessoas por ano.

A nicotina possui protagonismo como o princípio ativo da fumaça tragada do cigarro e é responsável pela dependência física, química e comportamental de usuários. Esta dependência desencadeia o tabagismo e é responsável por aproximadamente 50 doenças, sendo mais suscetíveis doenças cardiovasculares e muitos tipos de câncer. Dentre estes, o mais comum, associado a este hábito é o câncer de pulmão (SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE DE MINAS GERAIS - SES.2018).

A liberação das substâncias na fumaça aumenta o desejo de consumir mais cigarros e com isso surge a dependência, crescendo o risco de adquirir doenças crônicas não transmissíveis, que são capazes de levar a morte (OMS, 2016).

O Brasil é considerado referência internacional no controle do tabaco, no que se diz respeito ao avanço das suas políticas, sendo um dos primeiros países a regular a descrição, o conteúdo e as emissões dos produtos derivados do tabaco e a colocar as imagens de advertência nas embalagens do cigarro e outros produtos (PORTES, MACHADO *et al.*, 2018).

No início do século XX, as propagandas incentivavam o consumo do tabaco passando uma imagem de virilidade, força e poder observando-se uma maior prevalência pela população masculina em relação à feminina. No sexo masculino, essa prevalência tem explicações culturais e históricas, entretanto no mundo Ocidental a iniciação pela população feminina foi fortemente influenciada pela indústria do tabaco como uma forma de favorecer a emancipação feminina e a autoafirmação. (MALTA, STOPA *et al.*,2017) No Brasil, esse movimento foi favorecido pela indústria do cinema nas décadas de 1960 e 1970 (MALTA, STOPA *et al.*,2017).

No Brasil, a partir da criação da portaria nº490 de 1988 a cláusula “O Ministério da Saúde adverte: fumar é prejudicial à saúde” teve que ser incluído nos comerciais tabagistas.

A legislação com a proibição do fumo em locais públicos, a restrição da idade para compra, através das mídias sociais pela divulgação dos malefícios e as campanhas educacionais nas

empresas e escolas foram fatores que contribuíram para o menor consumo do tabaco e preservaram a população das campanhas acirradas (MALTA, STOPA et al.,2017).

As campanhas educativas têm forte influência na mídia, mostrando os malefícios acarretados pelo cigarro, além de mobilizarem crianças e não fumantes a incentivarem os seus familiares fumantes sobre os riscos a sua saúde e dos fumantes passivos (ECHER, BARRETO et al, 2007).

A influência do marketing tem relação com o incentivo ao consumo de cigarro. As propagandas têm como objetivo incentivar as pessoas a esta prática, tornando provar um cigarro algo desejado. O marketing do tabaco traz uma imagem do uso de cigarro como algo aprovado por uma instância conservadora, assim tornando o desejo de consumi-lo como uma forma de autoafirmação afetiva e espiritual. (SANTOS, PASQUALOTTO et al, 1999).

A divulgação publicitária proporciona o consumo de tabaco como uma forma segura de satisfação. Em relação a este produto, pretende disseminar a ideia de ausência de malefícios e aceitação social, tornando, assim o reconhecimento da representação do marketing para a população e a consciência sobre este uma forma de diminuição desse consumo, impondo medidas com o objetivo de divulgação destes. (SANTOS, PASQUOLOOTTO *et al*, 1999).

Esse projeto tem como objetivo estudar as campanhas que foram desenvolvidas nas mídias sociais ao longo do século XX até a divulgação atual.

JUSTIFICATIVA

O tabagismo proporciona prejuízos à saúde, sendo considerada uma doença neurocomportamental causada pela dependência da nicotina, que se agrava com o passar do tempo e é um fator causal de milhares de mortes todo ano. As mídias sociais ao longo da última década tiveram grande influência sobre a toxicomania, e dentre esses anos as concepções da mídia se alteraram de acordo com a sociedade (Araújo, 2016).

Na metade do século passado, o tabagismo já era considerado um grande mediador de danos à saúde. Houve uma época em que a mídia se posicionava pró-tabagismo por interesses comerciais. Desde 1997, o Instituto Nacional do Câncer (INCA), junto a Organização Mundial de Saúde (OMS), realizou estudos que buscava mostrar a tendência do consumo do tabaco e derivados deste e até hoje a política nacional de controle do tabaco com a intenção de diminuir o consumo (INCA, 2016).

Durante o século XX, as propagandas de cigarro associavam o consumo do cigarro a uma imagem de bem-estar, glamour e modernidade. Os jornais, revistas, o cinema, novela e músicas foram os grandes responsáveis ao incentivo ao hábito de fumar. Em meados da década de 1990, o glamour pelo cigarro começou a ser contestado e pesquisas científicas começaram a mostrar sua relação com doenças como câncer e enfisema pulmonar (LEAL, 2011).

A criação da indústria tabagista ocorreu em 1840, mas foi no século XX que atingiu seu auge, a partir daí a produção de cigarros só tem aumentado. As campanhas publicitárias possuem grande poder de persuasão, e transmitem mensagens que levam seu consumidor a comprar, ao longo do século XX diversos imaginários foram criados sobre este produto, passando assim por patriotismo, emancipação feminina e saúde; glamour; direito feminino ao prazer; audácia e coragem; como reprovação social. (CECILIO, MEDEIROS, SOUSA, 2017)

Todos os dias novos alertas são divulgados sobre a o as consequências e mesmo assim o consumo é pertinente. A estratégia de divulgação vem criando uma imagem positiva sobre este produto desde de o século passado associando este a um estilo de vida rico e moderno através do cinema. (BEAUMORD, BONA, 2010).

O cinema possui influência, principalmente sobre os jovens, assim é considerado no estudo como fenômeno social de interpretação e identificação dos espectadores. As imagens transmitidas

no cinema funcionam com a inserção de estereótipos, assim disseminando as ideias. Desta forma auxilia com a promoção do cigarro de forma discreta em seus filmes (PELLEGRINI, 2008)

OBJETIVOS:

GERAL

O objetivo geral é compreender como as estratégias de marketing influenciaram no tabagismo ao longo dos últimos séculos.

ESPECÍFICOS

- Estudar a evolução das campanhas do último século até o século atual;
- Compreender os principais malefícios causados pelo tabaco à saúde humana.

METODOLOGIA

A metodologia será qualitativa e se baseará em busca bibliográfica de livros e análise de artigos científicos publicados em revistas indexadas no período do século XX e XXI que abordam dados em dissertações e teses sobre o tema proposto, isto é, as estratégias de marketing utilizadas ao longo das últimas três décadas. Será utilizado como estratégia de pesquisa a revisão da literatura por meio da busca nas bases de dados Lilacs e Scielo.

CAPÍTULO 1 – TABAGISMO

No mundo contemporâneo, o tabaco é uma das drogas mais consumida e disseminada. Mesmo que as consequências da dependência da nicotina já fossem conhecidas, apenas no fim da década de 80 foram estabelecidas evidências científicas de como o tabaco produz danos irreparáveis a saúde e a dependência. Segundo Alarcon (2012) pelo menos um terço da população é tabagista (ALARCON, JORGE, 2012).

O tabaco é uma planta que pertence à família das solanáceas e tem origem na América do Sul, seu nome científico é *nicotiana tabacum*. Aproximadamente 1.000 a.C., sociedades indígenas utilizavam a planta com finalidades terapêuticas, religiosas e para relaxar (RIBEIRO, 2012; CEBRIED, 2015).

Há mais de 500 anos, indígenas tragando rolos feitos com folha foram vistos por Colombo, em Cuba. Com isso, rapidamente, esta prática foi levada a Europa, principalmente pelos países: Espanha, Portugal, França e Inglaterra. No início desta difusão seu principal uso era medicinal, para mais de 59 tipos de doenças, mas, com o passar do tempo, seu uso medicinal foi completamente extinto sendo, contrariamente a isso, o uso como fonte de prazer cada vez mais difundido pelo mundo. (HORTENSE, TATIANA, et al,2008)

Há pelo menos um século no Brasil afirma-se que o tabaco oferece um grande risco a saúde, sendo causador de inúmeras doenças. Com os grandes investimentos pós industrialização, e as propagandas, o crescimento do consumo de cigarros foi inevitável, principalmente em meados do século XX. A visão estabelecida sobre este hábito era associada à beleza, charme, poder, entre outras sensações, o que conferiu a este um título de desejo pela maior parte da população. (HORTENSE, TATIANA, et al,2008)

A Organização Mundial de Saúde (OMS) afirma que o tabagismo, apesar de ser um dos maiores problemas de saúde pública, é o causador da morte de, aproximadamente sete milhões de pessoas por ano e acarreta danos também durante a sua produção (OMS, 2016).

Há por volta de 1,25 bilhões de fumantes no mundo, 47% sendo da população masculina e 12% da população feminina. No Brasil 11,2 milhões fumantes são mulheres e 16,7 milhões são homens. (Ministério da Saúde, 2004)

Segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) o tabaco é cultivado em aproximadamente 129 países, A carga horária excessiva de trabalho, relacionada a produtores familiares envolvidos em cultivo de tabaco, podem resultar em adoecimentos devido às tarefas manuais e repetitivas, ocasionam distúrbios osteoarticulares. (REIS, OLIVEIRA et al., 2017)

Dentre os efeitos prejudiciais à saúde, o tabaco compromete o meio ambiente, sendo, aproximadamente, 10 bilhões a 15 bilhões de cigarros são consumidos e descartados diariamente no mundo. A limpeza de resíduos do cigarros é composta por 40% de guimbas, assim como caixas que o armazenam. Somente resíduos de cigarros contém 7.000 substâncias químicas tóxicas que contaminam o meio ambiente. Ademais, o fumo libera, em forma de fumaça, agentes cancerígenos, substâncias tóxicas e gases de efeito estufa. (OMS, 2017; OPAS, 2017)

Além disso, a utilização de agrotóxicos na produção da folha do tabaco expõe famílias produtoras a intoxicação aguda e crônica, inclusive em tempo de colheita onde a nicotina agrega aos produtores a doença da folha verde do tabaco. Conforme o INCA(2016) consiste na absorção da nicotina pela pele de trabalhadores que ocasionando problemas fisiológicos (REIS, OLIVEIRA *et al.*, 2017).

A fumaça liberada pelo consumo de cigarros no ambiente tem duas precedências: uma fumaça central, que é formada quando ocorre o trago, e é produzida com temperaturas acima de 950°C poluindo o ambiente depois de ter sido sugada pelo cigarro. Essa fumaça é filtrada pelos pulmões e exalada, sendo esta a fonte maior de exposição de fumantes ativos; e a fumaça periférica, produzida em temperaturas mais baixas, 350°C, que é liberada enquanto há a queima lenta do cigarro, que representa a maior parte da fumaça no ambiente e possui em sua composição a nicotina, sem passar pelo filtro, em fase gasosa (MELLO et al, 2001).

Há a identificação de cerca de quatro mil setecentos e vinte compostos diferentes na fumaça do cigarro. Incluindo entre elas substâncias mutagênicas e carcinogênicas. Esses

elementos são constituintes da fase particulada ou da fase gasosa. Destas, 10% das substâncias estão na fase particulada, sendo a nicotina, o alcatrão, entre outros. Os 90% que restam são o monóxido de carbono, dióxido de carbono, cianetos, aldeídos e outros produtos orgânicos (MELLO et al, 2001).

Figura 1: representação das substâncias do cigarro



Fonte: Silva C. R. (2009).

A nicotina, o monóxido de carbono e o alcatrão são as principais substâncias do tabaco prejudiciais à saúde. A ação da nicotina pode causar diversos danos ao organismo como vasoconstrição, que acelera a frequência cardíaca e gera hipertensão arterial e provoca adesividade plaquetária¹, por estimular a liberação de catecolaminas. Também estimula a produção de ácido clorídrico, que pode gerar úlcera, e a liberação substâncias quimiotóxicas no pulmão, incentivando a destruição as elastina, o que dá origem ao enfisema pulmonar. (INCA, 2013; MEIRELLES, 2009)

As marcas comerciais, em sua maioria possuem a composição de 1,1mg de nicotina,14 mg de alcatrão e 15 mg de monóxido de carbono. Em uma pesquisa realizada na Universidade

¹ adesividade plaquetária: inibidor que provoca uma ação da ubiquinona (coenzima Q10, presente em praticamente todas as células do organismo) como agente antiadesão das plaquetas. (FILHO,PÓVOA *et al*, 1989)

Federal do Rio Grande do Sul foi constatado que, o filtro dos cigarros, em sua maioria, são produzidos com um cabo de acetato específico e possui o teor de filtração para os analitos presentes no cigarro: da nicotina são filtrados 1,01 mg/cig, do monóxido de carbono são filtrados 10,6 mg/cig, do alcatrão são filtrados 12,2 mg/cig (BOUVIER ALVES, 2016).

Nicotina é um alcalóide presente em todos os produtos em que contém tabaco, sendo responsável por tornar o fumo uma dependência física, psicológica e comportamental. Conforme a alta exposição à nicotina os usuários adquirem interferências no estado emocional, comportamental e na cognição, semelhante aos usuários de cocaína e heroína. Então, a nicotina é uma substância psicoativa que afeta principalmente nos neurônios, interferindo diretamente no sistema nervoso central (INCA, 2013; MEIRELLES, 2009).

Monóxido de carbono, que em comparação ao oxigênio tem uma afinidade maior pela hemoglobina(Hb) presente no glóbulo vermelho do sangue, que transportam oxigênio para todo o corpo. Essa ligação gera um composto chamado carboxihemoglobina, que dificulta a oxigenação do sangue. Além disso, junto à nicotina, o monóxido de carbono provoca diversas doenças cardiovasculares (INCA, 2018).

Alcatrão, que é composto de mais de 40 substâncias confirmadas cancerígenas, e é formado a partir da queima do cigarro. Entre elas, o arsênio, níquel, benzopireno, cádmio, resíduos de agrotóxicos, substâncias radioativas, como o Polônio 210, acetona, naftalina e até fósforo P4/P6. Essas substâncias afetam o organismo acarretando doenças como: câncer de pulmão, infarto do coração, impotência sexual, câncer de laringe, entre outros. (INCA, 2018)

O conjunto de doenças que ocorrem pelo uso do tabaco é denominado tabagismo, que se inicia como agressor de células endoteliais² e prejudica seu funcionamento normal, e é ocasionado pela dependência da nicotina. Em decorrência disso é considerado pela OMS a responsabilidade por, em média, a morte de 17,5 milhões de pessoas por ano e é listado, pela Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) um dos mais importantes causadores de doenças. Além disso, o tabagismo é separado em duas formas: ativo e passivo (SES, 2018).

² células endoteliais: Células achatadas que recobrem o interior dos vasos sanguíneos (STORCH,MATTOS, *et al*, 2017)

O tabagismo ativo é o uso consciente de qualquer derivado do tabaco causando uma dependência que pode ser física, a necessidade do uso contínuo da nicotina, psicológica, dependência emocional – como percepção de bem estar ou equilíbrio emocional – das substâncias do tabaco, ou comportamental, associação do uso do cigarro para agir de uma forma específica. (SES, 2018)

Tabagismo passivo é a inalação da fumaça derivada do tabaco, por pessoas não fumantes, que convivem cotidianamente com fumantes em ambientes fechados, respirando substâncias tais como um fumante ativo (SES, 2018). Em 2011, a Lei nº 12.546 de 14 de dezembro, entra em vigor e proíbe o fumo em locais fechados em todo o Brasil. Assim, os derivados do tabaco podem causar doenças em pessoas que convivem em ambientes com fumantes, no trabalho, em casa e espaços coletivos, não há nível seguro a exposição à fumaça. (INCA, 2018)

Estudos comprovam que há um maior risco de desenvolvimento de câncer de pulmão em não fumantes expostos ao fumo passivo, 20% maior em mulheres e 30% em homens, aumentando em 30% risco de infarto agudo do miocárdio, em ambos os sexos, para os não fumantes. O tabagismo passivo pode iniciar-se já no desenvolvimento no útero, por mulheres grávidas que praticam o fumo ou convivem com fumantes. (Borba, Jost, et al,2012)

Além do cigarro, atualmente na sociedade há outras formas de consumir o tabaco como narguilé, cigarros eletrônicos, cigarro de palha entre outros. Para utilizar o narguilé é necessário o tabaco em uma forma específica, mais umedecido e aquecido, nele a fumaça passa por um resfriamento na água, por uma mangueira, antes de ser sugado pelo fumante. O uso é mais comum entre os jovens, e vem aumentando principalmente entre o sexo masculino segundo o ministério da saúde. Segundo a OMS, utilizar o narguilé durante 20 a 80 minutos corresponde a 100 cigarros, o que causa a dependência. Para além, dos efeitos do uso são: a possível infecção com doenças transmissíveis, resfriados, tuberculose, entre outros, por compartilhamento de um mesmo bocal; o aumento na chance de desenvolvimento de câncer de pulmão e doenças respiratórias; a maior inalação de fumaça quando comparado ao cigarro (INCA, 2018).

O cigarro de palha são mais utilizados pelo público jovem, com foco em universitários, transmitindo a ideia de ser artesanal. Não sendo permitido a passagem de ar pela palha, e sem

filtro, faz com que as tragadas sejam mais concentradas, possui de cinco a sete vezes mais concentração de nicotina e alcatrão que os cigarros de papel. Logo ele não é natural e causa danos a saúde também (SES, 2018).

Por fim, os cigarros eletrônicos, são semelhantes a um pendrive ou uma caneta eletrônica recarregável. Funcionam convertendo nicotina líquida em vapor, possuem cartuchos (refil) contendo nicotina líquida, aromatizantes e aditivos, são alimentados por uma bateria de lítio. Sendo assim, apresentam substâncias nocivas à saúde e risco de explosão (Barreto, 2018).

Os cigarros eletrônicos têm sido vendidos como forma de deixar a dependência, no entanto não passa de propaganda enganosa, pois não auxiliam a parar de fumar, liberam substâncias citotóxicas, carcinogênicas, irritantes, causadores de dermatites e enfisema pulmonar. Ainda, os cartuchos podem conter até 36 mg de nicotina por mililitro, o que ultrapassa o limite permitido em cigarros, de 1 mg por mililitro (INCA, 2016). Desde 2009 o comércio deste cigarro é proibido no Brasil (SES, 2018).

Novas formas são utilizadas como estratégias de mercado, tratam também da manutenção e inovação do que já existe. A indústria do cigarro estabelece formas de associação direta do cigarro com alimentos, criando cigarros de sabor como menta, cereja, canela entre outros, e também a adoção de rótulos na categoria como cigarro “light”. Em conjunto com o mantimento do mercado de cigarros estabelece um atrativo aos jovens. (ANDI, 2009)

Entretanto no Brasil o cigarro constitui um mercado de enorme poder financeiro. A composição de cada cigarro se altera conforme a folha, técnica de processamento e escolhas na hora do plantio. (MELLO, PINTO, et al, 2001)

O tabagismo é uma doença de alto custo para o sistema de saúde, afeta boa parte da população e a sua convivência na sociedade. É responsável por, aproximadamente, 7,7% de todas as internações e quimioterapias pagas pelo Sistema Único de Saúde (SUS), em 2005. Entretanto, isso é só uma parte do impacto econômico real do tabagismo no Brasil. (INCA, 2017)

Em uma pesquisa quanto ao valor monetário de 2011, o custo ligado ao tabagismo na saúde no Brasil é, em torno de 21 bilhões de reais por ano, com uma atualização realizada em 2015 esse número subiu para 40 bilhões, que é 8,04% de todo o gasto com saúde e, indiretamente, são gastos 17 bilhões por perda de produtividade, como morte prematura e incapacidade. Com isso são considerados 56 bilhões de reais por ano gastos com o tabagismo, sendo equivalente a 0,96% do PIB nacional. Por outro lado, são arrecadados com a venda 13 bilhões de reais em impostos, que ampara somente 33% do total gasto pelo SUS e 23% do gasto total atribuído ao tabagismo. (INCA, 2017)

Além de combater as doenças provenientes do tabagismo, é oferecido pelo SUS o suporte para o tratamento por meio do acompanhamento farmacoterapêutico. Esse tratamento é indicado a dependentes da nicotina e é dividida em: fármacos de primeira linha, bupropiona e terapia reposição de nicotina. A bupropiona é um antidepressivo que intercepta a recepção de dopamina e noradrenalina por neurotransmissores, tornando mais fácil a diminuição do fascínio pelo cigarro. (Silva, Carmo, et al,2016)

Os fármacos de segunda linha, clonidina e nortriptilina são também antidepressivos que devem ser ministrados com um intervalo maior entre as doses e, conseqüentemente, uma menor quantidade de comprimidos ingeridos, e bloqueiam a percepção da noradrenalina, aumentando a concentração e, apresentando efeitos colaterais, mas possui um menor custo e origem natural. (Silva, Carmo, et al,2016)

O abandono do cigarro provém de grandes dificuldades no longo processo de sucessos e recaídas. Muitos fumantes só conseguem realmente parar de fumar após várias tentativas. É fundamental um bom apoio técnico e a persistência, assim como o reforço de terapia cognitiva-comportamental e a dedicação e atenção do paciente e do médico. (SILVA, ARAUJO, *et al.* 2016)

Grande parte da população fumante inicia o uso do cigarro antes dos 20 anos, provando assim que este é o principal grupo de risco, composto por adolescentes e crianças, influenciados pelo contexto sociocultural em que se encontram. Dentro deste contexto podemos citar vários fatores que incentivam o tabagismo precoce como, as grandes estratégias

das indústrias tabagistas com publicidades, seguida da falta de vigilância, a influência do fumo passivo com a predisposição genética, sensações causadas pelo psicoativo e o alívio de estresse são os principais motivos (Barreto, 2018).

A convivência com amigos ou familiares fumantes está diretamente ligado à habituação de se tornar-se fumante, aumentando quatro até três vezes mais as chances de experimentar tabaco. Isso significa que a aceitação e convivência com fumantes tem grande influência, facilitando a experimentação. Também, adolescentes se habitua a ter as mesmas práticas, por promover a fácil integração entre os grupos, revelando assim a importância das relações de convivência cotidiana. (SILVA, et al, 2008)

No ano de 1987 houve a criação do dia mundial sem tabaco, dia 31 de maio, pela OMS. Segundo a Anvisa (2017), esse dia tem vários objetivos, entre eles, relacionar o consumo, controle do produto do tabaco e o desenvolvimento sustentável, incentivar países a inclusão do controle do tabaco a agenda de desenvolvimento sustentável 2030, apoiar o combate a interferência das indústrias tabagistas nos processos políticos, induzindo o aumento de ações nacionais ao controle do tabaco, estimular a participação global no desenvolvimento e implantação de planos de desenvolvimento para alcançar metas que deem prioridade a atos de combate e controle de tabaco, mostrar como a união da população pode contribuir para a criação de um mundo sustentável, com o comprometimento do não uso do tabaco, ou derivados, ou abandono de seu consumo.

CAPÍTULO 2 – MARKETING DO TABAGISMO

O marketing se resume ao conjunto de ações que tem a pretensão de fixar o produto ao consumidor, transmitindo uma mensagem única que deve ser transparente aos interessados, de forma a fixar a compreensão diferenciada na mente do consumidor. É de extrema importância que o receptor da mensagem, influenciado pela ação do marketing, entenda a mensagem e, é trabalho do emissor, notar as percepções dos consumidores finais diante a sua iniciativa. (SALDANHA, 2013)

A capacidade de criar um posicionamento nos consumidores depende também do seu produto na comparação de mercado, é fundamental estabelecer uma visão de prestígio do produto para o consumidor. O erro de muitas empresas está na mistura durante a comunicação, não transmitindo uma mensagem clara ao cliente. O real objetivo do marketing só é atingido se está integrada, desenvolvida, com foco e bem definida, assim criando uma visão única sobre o produto, sem haver espaço para que a concorrência roube sua atuação no mercado. (SALDANHA, 2013)

Segundo Antunes e Rita (2008, p. 41):

“No seguimento de toda a evolução e alterações verificadas na sociedade e no pensamento de marketing, ao longo dos últimos anos, a AMA apresenta uma nova definição de marketing: «Marketing é o conjunto de atividades e estabelecimento de processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que têm valor para os consumidores, clientes, sócios e sociedade em geral”

Assim é importante enfatizar o valor transmitido através dos produtos, não só para os clientes mas para todo o público. A mudança na abordagem do marketing é indicada de cada contexto. (ANTUNES, RITA, 2008)

As campanhas publicitárias compreendem um processo persuasivo que tem como objetivo influenciar no desejo do consumidor, chamando sua atenção e incentivando-o a comprar. Além disso, a construção de um imaginário é importante para a persuasão, pois ele é a origem da mensagem atrativa ao público, importando ao produto o fator comportamental - ser aceito, imitação ou modismo. Assim a composição de itens de agrado visual gera ao consumidor uma realidade

diferente, que dá o valor de originalidade e prestígio no mercado. (CECILIO, MADEIROS, *et al.* 2017)

2.1 ESTRATÉGIAS DAS INDÚSTRIAS TABAGISTAS.

Apesar de sua criação em 1840, a indústria tabagista estabeleceu seu auge no século XX, tendo um aumento significativo na produção de cigarros no Brasil e no mundo. Desde o século XVII já haviam discussões sobre os males acarretados pelo cigarro, porém só no final do século XX as informações passaram a ser divulgadas, pois anteriormente a indústria do tabaco escondia e negava. E então a indústria seguiu expandindo e investindo em campanhas publicitárias que transmitiam a imagem e narrativa de um padrão de vida elevado ao seu consumidor.(DEVÓGLIO, 2015)

Ressalta-se ainda que a expansão das indústrias tabagistas não cessou, com um aumento progressivo no seu faturamento no período de 2011-2014 (CECILIO, MADEIROS, *et al.* 2017).

As estratégias de divulgação tem a função de incentivar o hábito de fumar. Desde o início de século XX diversas marcas de cigarro contam com a contribuição das propagandas para criar uma imagem positiva e persuasiva do produto. Após a Segunda Guerra Mundial os esforços se intensificam, ganhando exibições nas telas do cinema. (BEAUMORD, BONA, 2010)

Portanto, a indústria do fumo continua a procurar formas de cultivar o “mito do cigarro”, sugestivo de benefícios que o produto proporciona aos consumidores, e manter a imagem deles fixas na cabeça de seus consumidores. Várias estratégias, como patrocínios de eventos, principalmente esportivos, elaboração de embalagens chamativas, exibição de programas na TV e a influência do cinema teve grande importância na distribuição e disseminação do cigarro. Há dados que demonstram o investimento de cerca de 3,2 milhões de dólares para aparição de marcas como Lucky Strike nas telas do cinema de Hollywood.(BEAUMORD, BONA, 2010)

No Brasil as indústrias tabagistas tiram proveito ao vincular as propagandas de cigarro a popularização do futebol e da Fórmula 1, para dispersão no país.(CECILIO, MADEIROS, *et al.* 2017)

Visto isso, a conexão simbólica estabelecida sobre as marcas com a organização, ofertas e material se tornam de extrema importância, por isso, as marcas vão muito além de apenas rótulo de embalagens. O logotipo da marca, o aspecto, a cor, o formato incentivam o consumo. O nome de uma marca leva anos de estratégias para se tornar bem sucedido e ter a construção de um imaginário positivo sobre ele. A criação de slogans tem ligação total com o direcionamento do público e o contexto de sua inserção. (BEAUMORD, BONA, 2010)

Com o final da Segunda Guerra Mundial surgiram diversas marcas como: Camel, Lucky Strike e Chesterfield, que se iniciaram com um mercado forte deixando marcas como a Marlboro para trás. As primeiras informações científicas sobre os males do cigarro foram divulgadas, sendo essas novas descobertas prejudiciais à imagem do produto.(BEAUMORD, BONA, 2010)

As marcas começaram a fomentar estratégias para fugir dessas divulgações prejudiciais, sendo uma das principais a adoção de maior número de cigarros com filtro alegando ser uma peculiaridade que deixaria o produto menos prejudicial à saúde. Essa estratégia não funcionou, então, os investimentos se direcionaram a “garotos propaganda”, que atuavam como personagens que aparentavam serem habitantes de grandes metrópoles que tinham o desejo de voltar ao ambiente natural do campo, rural, aventureiro, assim as propagandas com atletas, pilotos e principalmente caubóis se popularizaram. Essas imagens eram usadas para convencer o público que por meio do cigarro conseguiriam ter sensações. (BEAUMORD, BONA, 2010)

Com os resultados positivos, as marcas foram se tornando representadas por diferentes temas, como a Marlboro caracterizada pelo caubói, a Lucky Strike adotou um tema mais esportivo; Kant adotou um tema saudável associada a trabalhadores como médicos e educadores; e a Chesterfield associou sua imagem a um homem viajante de férias, e fez acordo com linhas aéreas; Pall Mall utilizou a imagem do papai noel, uma imagem de bondade carinho e infantilidade, transmitindo indiretamente uma ideia de segurança e acesso a qualquer público.(BEAUMORD, BONA, 2010)

Figura 2: representação de propagandas de cada marca



Fonte:BEAUMORD, BONA, 2010/G1.GLOBO, 2014

As indústrias tabagistas não tem uma boa conduta, visto que influenciam a opinião pública por meio da propaganda de produtos prejudiciais que causam a morte de milhares de pessoas todo ano. Perante isso, as vítimas do tabagismo são também seus consumidores, em geral, toda a população sofre com os produtos do seu processamento lançado no meio ambiente.(CECILIO, MADEIROS, *et al.* 2017)

O simbolismo passou a ser principal aposta das indústrias tabagistas e diante da sociedade, deixando de lado as problemáticas causadas criando um imaginário sobre o produto. Em contraponto atualmente a regulamentação e o controle do tabaco, tem como regulamentação a

simbologia da advertência sobre a nocividade do produto, assim neutralizando o avanço do tabagismo e afastando os consumidores.(BEAUMORD, BONA, 2010)

Portanto, é comum questionar o motivo das pessoas consumirem o tabaco mesmo após tantas informações divulgadas sobre seus malefícios. Esse consumo ocorre devido uma série de ações desenvolvidas para que o cigarro fosse associado a uma boa imagem, como o luxo, glamour e, ao fim, rebeldia. Esse processo foi construído lentamente ao longo do tempo. Além dos anúncios, comerciais, spots, jingles, filmes e outdoors apareceu em diversas entrevistas de atores e grandes ícones da música. Com o passar das gerações os costumes mudam mas uma premissa sempre existiu: o cigarro é um acessório que agrega valores.(CECILIO, MADEIROS, *et al.* 2017)

A indústria do tabaco utiliza atualmente estratégias parecidas em diversos países. No Brasil, o sindicato do tabaco está contra a proibição da Anvisa na utilização do metanol e outros aditivos. A União Europeia está enfrentando a indústria pelo fato da padronização das embalagens. A British American Tobacco processa o governo do Quênia alegando a inconstitucionalidade das leis de controle do tabaco. A Índia e a Tailândia sofrem processos por terem adotados advertência nas embalagens e a Austrália está sendo questionada pela indústria, na Organização Mundial do Comércio, pela lei de padronização das embalagens. (TURCI, KORNALEWSKI, *et al.* 2017)

Atualmente a indústria introduz no mercado, como estratégia de atração principalmente de jovens, a inserção de produtos com características de sabor, cigarros com cápsulas no filtro, dispositivos eletrônicos para fumar, narguile, e dispositivos que aquecem e liberam o aroma, fumaça, tabaco. (FIGUEIREDO, TURCI, *et al.* 2017)

2.2 CONTROLE DO TABACO

As políticas de controle do tabaco e os avanços das políticas públicas de saúde direcionadas a esse controle, são de extrema importância para a redução de consumo de tabaco, principalmente no Brasil. O principal objetivo destas políticas é proteger as gerações presente e futuras dos estragos sanitários, sociais, ambientais e econômicos provenientes do consumo e a exposição ao tabaco. Esse foi o primeiro acordo internacional de saúde pública da história da Organização Mundial de Saúde. (SES, 2018)

Em todo o mundo existem leis de combate ao fumo e elas variam de acordo com cada país, ainda sendo necessária a propagação de métodos efetivos para a diminuição do tabagismo. (ECHER, BARRETO, *et al.* 2007)

Entre as principais políticas de influência a redução do fumo, estão a restrição a idade de compra de tabaco, ambientes públicos livres de tabaco, divulgação dos malefícios na mídia, aumento do preço dos produtos, programas especiais em escolas e campanhas divulgadas em empresas de aconselhamento a saúde. Medidas essas que contribuíram para evitar a exposição da população a investidas da indústrias tabagistas, e mostraram que com interesses políticos o avanço da saúde pública é possível.(ECHER, BARRETO, *et al.* 2007)

O INCA contribui desde 1997 com a OMS no controle do tabaco, realizando estudos sobre as tendências do seu consumo no Brasil e também pesquisas sobre os conhecimentos, crenças e reações da população diante das medidas de política nacional para esse controle. (OBSERVATÓRIO DA POLÍTICA NACIONAL DE CONTROLE DO TABACO, INCA, 2017)

Os atos de controle ao tabagismo direcionados aos fumantes passivos é eliminar a exposição ao tabagismo em ambientes através da construção de fumódromos, com ventilação separada, que contribuem com o ar mais limpo e saudável para toda a população, o que estabelece, como previsto na constituição brasileira de 1988, o direito de todos a saúde. (ECHER, BARRETO, *et al.* 2007)

A trajetória política brasileira do controle do tabaco mostra que durante o século passado, até 1980, houve o espalhamento de regulações relacionadas à economia gerada pelo tabaco, no período de 1986 a 2016. As políticas de controle do tabaco passou por organizações que diminuíram a prevalência do tabagismo, através da expansão de estratégias. Após a metade da década de 1980, o Brasil se redemocratizou e passou a elaborar o controle a partir de articulações sanitárias e debates sobre direitos sociais e saúde. Também nesta década, em 1987 houve a criação do Dia Mundial sem Tabaco, que abordava o tema em eventos internacionais fortalecendo o processo e aumentando o debate sobre a implantação de um tratado internacional com intuito de tornar institucional o controle do tabaco. (PORTES,MACHADO, *et al.*2018)

Apesar dos números ainda alarmantes de fumantes o progresso observado já é considerável, em um plano mundial e não só no Brasil. No território nacional antes das retificações já haviam sido estabelecidas políticas governamentais pelo Instituto Nacional de Câncer Sergio Alencar Gomes da Silva seguido da Comissão Nacional para Implantação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ), utilizando a força e incentivo à sociedade. Em que se destacam a proibição de exposições em todos os tipos de mídia, advertências através de imagens nas embalagens e aumento de impostos e preços. (FIGUEIREDO, TURCI, *et al* 2017)

Além disso, as organizações médicas e o Instituto Nacional de Câncer (INCA), junto a mídia, foram indispensáveis para a conscientização da população os malefícios do tabagismo, com as campanhas. E, em conjunto com o Ministério da Saúde, o INCA conquistou a implantação do Programa Nacional de Controle do Tabagismo (PNCT) e a criação do Dia Nacional do Combate ao fumo, que contribuíram para a oferta de tratamento gratuito com serviços de saúde capacitados, campanhas de prevenção ao tabagismo e promoção da saúde para conscientização sobre os riscos relacionados ao uso do tabaco e a criação de medidas econômicas e legislativas. (PORTES, MACHADO, *et al.* 2018)

Entre todas as precauções para o controle do tabagismo a que mais se destaca, devido a importância, é a criação da lei Nacional antifumo, que aumenta os impostos sobre o tabaco, proíbe o consumo dos derivados deste em locais coletivos, públicos ou privados, estreita a fiscalização do comércio, busca diminuir o mercado ilegal, proibindo propagandas e patrocínios e garante a advertência nos maços de cigarro em locais de venda informando os prejuízos a saúde vindos desse consumo. (SES, 2018)

Esta lei federal 12.546/2011, entrou em vigor em dezembro de 2014, suas requisições devem ser respeitadas por todos e adequadamente fiscalizadas. (SILVA, ARAUJO, *et al.* 2016)

No Brasil, durante o período de 1989 a 2010, houve a redução de 46% percentual de fumantes como consequência de políticas pró-controle do tabaco, sendo evitada aproximadamente 420.000 mortes neste período. (OBSERVATÓRIO DA POLÍTICA NACIONAL DE CONTROLE DO TABACO, INCA, 2017)

As mais recentes decisões do senado no Brasil demonstram a aprovação de novas medidas para o controle, no dia 28 de novembro de 2018 houve a divulgação da lei do senado 769/2015 que proíbe a propaganda, promoção e patrocínio de produtos fumígenos também em locais de venda e garante a obrigação de padronização com o mantimento das advertências e notificação dos prejuízos causados pelo fumo. Em contraponto houve a apresentação da dependência de 600 mil pessoas de atividades econômicas geradas pelo tabaco, e o questionamento das restrições ao mercado legal do tabaco em comparação com a má fiscalização do mercado de drogas de drogas ilícitas. (SENADO NOTÍCIAS, 2018)

As medidas de controle tomadas pelo Brasil são consideradas as mais avançadas do mundo, tornando-o uma referência por ser um dos primeiros países a regulamentar as políticas de emissão de conteúdo nos derivados do tabaco e a adotar imagens de advertência nas embalagens de cigarro. Ainda, na perspectiva econômica as políticas de saúde tem como objetivo a proteção social dificultando a sua adesão por estratégias, atos e interesses envolvendo as organizações. (PORTES, MACHADO, *et al.* 2017)

No entanto, o Ministro da Justiça, Sérgio Moro, defendeu, no início do ano de 2019, a redução de impostos sobre cigarros com o pronunciamento de que: a diminuição de impostos iria "diminuir o consumo de cigarros estrangeiros de baixa qualidade, e o contrabando e os riscos à saúde dele decorrentes". Diz ainda que a fiscalização permitirá que o Ministério da Saúde e o da Economia, serão favorecidos e deverão apresentar relatórios sobre a constatação das conclusões, que previstas por ele será a diminuição do gasto da saúde com os males do cigarro e a geração de aumento na economia. (O GLOBO, 2019)

2.3 CONSTRUÇÃO IMAGINÁRIA SOBRE O FUMO

O modo de agir, sentir e ser de cada indivíduo, diante de um grupo ou de toda sociedade é condizente com as influências culturais construindo imaginário inferido na visão de mundo e organização da sociedade. Imaginário provém de uma trajetória histórica construída pela pressão do meio social que forma o sistema geral do meio social, formando imagens e conceitos comumente instituídos a toda população. (PERNIN, 2008)

Dentre as estratégias para a expansão do consumo do tabaco a principal e pertinente até os dias atuais é criação de imaginários, que submetem a população a uma influência ao hábito de fumar, construído a partir da inserção em seus contextos socioculturais sendo divididos principalmente em patriotismo, emancipação feminina, saúde, glamour, direito feminino ao prazer, audácia, coragem e reprovação social. (CECILIO,MEDEIROS, *et al.*2017)

As guerras tiveram grande influência no incentivo ao consumo do cigarro criando um imaginário. A primeira guerra mundial estabeleceu uma visão de heroísmo através da expressão “heróis da pátria”, que adicionou também o patriotismo, associando as indústrias tabagistas com a imagem de soldados com cigarro influenciando o aumento do consumo. Também, após a guerra com a emenda constitucional que deu direito ao voto feminino conferiu as propagandas empoderamento feminino, popularizando o seu uso entre as mulheres. (MOUTINHO, 2008)

Figura 3: propaganda empoderamento feminino



Fonte: LOPES, 2014

Durante a segunda guerra mundial,o crescimento das exibições de cinema popularizou o cigarro, sendo demonstrado nos filmes o uso pelos protagonistas e vilões, trouxe a caracterização do glamour a representação social do cigarro. Além disso, o pós guerra denominou a um escape,

relaxamento dos soldado certo alívio, que proporcionou um imaginário de “fuga” do cotidiano. (CECILIO,MEDEIROS, *et al.*2017)

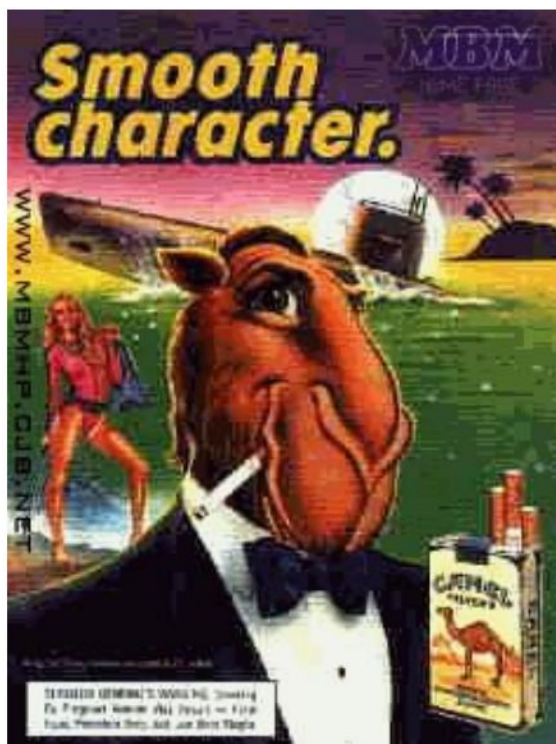
Figura 4: exibições cinematográficas



Fonte: BELARMINO, 2011

Assim as publicidades formaram-se estrategicamente com a elaboração de propagandas com desenho, fotografia, pessoas comuns, famosos, mudança de cenários, representando diversos temas como feminilidade, status, independência, confiança rebeldia, entre outros. (MOUTINHO, 2008)

Figura 5: propaganda com desenho



Fonte: BELARMINO, 2011

No período de 1950 a 1960, a popularização do cigarro buscava mais uma vez conquistar o mercado feminino, por ter sido a época em que o feminismo ganhou força e também marcado pela elegância, como comer em restaurantes caros e chiques. Seguindo a tendência, a indústria tabagista contextualizou suas campanhas para ambientes finos, sendo criado sobre o cigarro uma imagem de bom gosto. Entretanto, a emancipação feminina se tornou um imaginário comum entre a sociedade e pôs sobre as mulheres uma confiança, o que fez algumas delas ignorarem os riscos a saúde - que começavam a ser comprovados nessa época - para juntar-se às mulheres na comemoração da luta por seus direitos. (CECILIO,MEDEIROS, *et al.*2017)

Figura 6: propagandas voltadas ao público feminino



Fonte: LOPES, 2014/SASAKI, 2010

Os malefícios provenientes do fumo tornaram-se tema em assembleias mundiais de saúde entre os anos de 1970 a 1980 . Os órgãos de decisão da OMS, nos Estados Unidos tornou real o banimento de propagandas em mídias sociais, no ano de 1969. (JACQUES, 2010)

Com o término das propagandas, para dar a construção do imaginário, as indústrias do fumo foram atrás de outras estratégias, associando suas marcas a patrocínios publicitários, jogos - até online, filme, séries de televisão, etc. Não formando exposições explícitas, apenas mostrando a fumaça do fumo entre o logotipo, com imagens sensuais e sedutoras ao consumidor. (MOUTINHO, 2008)

Figura 7: patrocínios para a permanência da propaganda



Fonte: BEAUMORD, BONA, 2010

Em paralelo o objetivo da indústria tabagista de alcançar novos consumidores não parou a tentativa de burlar as barreiras impostas pelo governo. Com a conquista o posto de rebeldia e audácia. O público alvo da indústria se torna os jovens, o apelo a audácia e coragem se torna ainda maior e a partir da associação das marcas com eventos esportivos, principalmente a corridas de fórmula 1. (CECILIO,MEDEIROS, *et al.* 2017)

Em outro segmento cultural, a música passou a ser outro artifício da indústria como os patrocínios de festivais como o free jazz, mas principalmente o rock. O aparecimento de estrelas do rock com cigarros em shows, entrevistas e fotos deu ao cigarro ainda mais o símbolo de rebeldia com um mix entre o prazer e o risco (BEAUMORD E BONA, 2010).

Figura 8: atifício como a musica



Fonte: BEAUMORD, BONA, 2010

Após a década de 90, as denúncias sobre o quão é prejudicial o uso do cigarro se tornaram ainda maiores, provocando o que já vinha desde a década de 60, a restrição das publicidades pró tabagistas em mais de 26 países, e ocasionou a gradativa diminuição do consumo de cigarros. Foi de fato entre 1980 e 1995 que os males do cigarro foram disseminados, principalmente em revistas o que de fato popularizou a visão de reprovação social sobre o cigarro. (CECILIO, MEDEIROS, *et al.*2017)

A culminância de movimentos contra o tabaco começou a desconstruir os imaginários sobre o cigarro, seus atributos de associação a saúde, a beleza, entre outros, foram sobrepostos de descobertas negativas. A necessidade de intervenção do governo com medidas públicas com a intenção de diminuição do consumo tornou-se necessária devido ao grande número de perspectivas negativas. (CECILIO, MEDEIROS, *et al.*2017)

O uso do cigarro deixou de ser um ato normal, como fumar em restaurantes, aeroportos, festas, etc passando a similar sentidos negativos, com a mudança do sentido saudável, belo e feliz para causador de câncer envelhecimento precoce, sujo e feio. Assim a nova visibilidade do cigarro como desaprovação social, e pelos meios midiáticos, deu espaço a campanha contra o seu uso e a indústria do tabaco passou a ser obrigada a denunciar em suas embalagens os males acarretados provocando a diminuição do fumo(CECILIO, MEDEIROS, *et al.*2017).

Figura 9: embalagens de cigarro



Fonte: UNICAMP, 2014

Ao longo do tempo e perceptível os esforços no sentido do combate ao tabagismo, mas todas as medidas sobre o consumo do tabaco têm como estratégia atual permutar as visões do século XX para legitimar seu consumo. De fato, todas as investidas da indústria não desapareceriam com seu legado rapidamente, a conversão de informações direcionadas a sociedade tem o papel de confundir a opinião pública estabelecendo seu mercado. (MOUTINHO, 2008)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A associação de inúmeros malefícios ocasionados a saúde ao tabagismo é comprovada, divulgada e conhecida pelo senso comum. A criação de diversas campanhas políticas antitabagistas e o auxílio da do SUS para combater a dependência são de extrema importância para o fim desse persistência, mas tem esforços ligeiramente interrompidos pela indústria.

Ainda assim, a influência persistente da mídia para propagação de seu produto foge de todas as políticas planejadas para o impedimento desta provando que a ganância, apesar dos esforços públicos não são suficientes, o estudo e compreensão sobre esses artifícios das indústrias são escassos e sem o conhecimento sobre eles não é possível combatê-los.

O incentivo das propagandas ao consumo do tabaco no século XX foi o que deu ao cigarro e o tabaco o crescimento e influência social que persiste até os dias atuais, mesmo com todas as tentativas de combate a imagem glamorosa e a auto denominação como “estilo” a crescente insistência da indústria tabagista não cessa.

O estudo das campanhas do tabaco é de extrema importância para que o efetivo combate ao tabagismo aconteça, e o crescimento das intervenções políticas e educativas nesse combate.

Por fim, o tabagismo é ainda um dos maiores problemas de saúde pública, e exige grandes debates e contenções eficazes para que alcancemos o fim destes, assim como, a contenção da grande influência da mídia das indústrias tabagistas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA , Liz maria et al. Névoas, vapores e outras volatilidades ilusórias dos cigarros eletrônicos. Caderno de saúde pública , [s. l.], 21 set. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/csp/2017.v33suppl3/e00139615/>. Acesso em: 27 out. 2019.

ANVISA. **Anvisa comemora o Dia Mundial sem Tabaco 2017**: Tema escolhido pela OMS é para lembrar a todos o que esse produto representa para o desenvolvimento dos países e para solicitar medidas fortes de controle do tabagismo. , 30 maio 2018. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/en_US/noticias/-/asset_publisher/FXrpx9qY7FbU/content/anvisa-comemora-o-dia-mundial-sem-tabaco-2017/219201/pop_up?_101_INSTANCE_FXrpx9qY7FbU_viewMode=print&_101_INSTANCE_FXrpx9qY7FbU_languageId=en_US. Acesso em: 15 ago. 2019.

BEAUMORD, Camila; BONA, Rafael Jose. O Cigarro e o Mito: um estudo sobre o Merchandising da marca Marlboro. 2010. 15 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Universidade do Vale do Itajaí, Univali, Itajaí, Sc, – Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0246-1.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2018.

BELARMINO, A. M. “QUER FOGO”: os meios midiáticos e (des)territorialização do cigarro como sinônimo de prazer. UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA CENTRO DE HUMANIDADES “OSMAR DE AQUINO” DEPARTAMENTO DE GEO-HISTÓRIA CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA, [s. l.], mar. 2011. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2757/1/PDF%2520-%2520Aline%2520Martins%2520Belarmino.pdf&ved=2ahUKEwi4w_banbDmAhUNH7kGHQtnBC0QFjAAegQIBhAC&usg=AOvVaw3MO-51RAVFTczegJJsho2j. Acesso em: 27 out. 2019.

CEBRID - Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas. Departamento de Psicobiologia - Unifesp/EPM, 2015. Brasil - Tabaco. São Paulo: CEBRID,2015.Disponível em: http://www2.unifesp.br/dpsicobio/cebrid/folhetos/tabaco_.htm#inca>. Acesso em: 06/06/2019.

CECILIO, Larissa de Souza; MEDEIROS, Cintia Rodrigues de Oliveira; SOUSA, Edileusa Godoi de. NAS ESPIRAIS DO CIGARRO: : IMAGINÁRIOS CONSTRUÍDOS SOBRE A INDÚSTRIA TABAGISTA. 2017. 15 p. Pesquisa (ÁREA TEMÁTICA: ESTUDOS ORGANIZACIONAIS)- PPGA/Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2017. Disponível em: <http://www.enangrad.org.br/2017/pdf/2017_ENANGRAD529.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2018

CONTROLE DO TABAGISMO: DESAFIOS E CONQUISTAS, 2016, Porto Alegre. Artigo de Revisão, 2016. 9 p. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/jbpneu/v42n4/pt_1806-3713-jbpneu-42-04-00290.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2019.

CTFC. CTFC aprova novas medidas de combate ao tabagismo. In: AGÊNCIA SENADO. Senado notícias . [S. l.], 28 nov. 2018. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2018/11/28/ctfc-aprova-novas-medidas-de-combate-ao-tabagismo>. Acesso em: 13 out. 2019.

FATORES QUE CONTRIBUEM PARA O ABANDONO DO TABAGISMO. Rio Grande do Sul: Revista Gaúcha de Enfermagem, 2007. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/RevistaGauchadeEnfermagem/article/view/4681/2609>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

FIGUEIREDO, Valeska Carvalho; TURCI, Silvana Rubano Barretto; CAMACHO, Luiz Antonio Bastos. Controle do tabaco no Brasil: avanços e desafios de uma política bem sucedida. 2017. 3 p. Caderno de Saúde Pública- Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, Brasil., Rio de Janeiro, Brasil., 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v33s3/1678-4464-csp-33-s3-e00104917.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2019

INCA - Ministério da Saúde. Instituto Nacional de Câncer, 2016. Brasil - Produção de Fumo e Seus Derivados. Disponível em: http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/observatorio_controle_tabaco/site/home/dados_numeros/producao_fumo.

INCA. Observatório da política Nacional de controle do tabaco. In: Instituto nacional de câncer . [S. l.], 14. Jun. 2017. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco>. Acesso em: 13 out. 2019.

LOPES, Lara. Páginas singulares: propagandas de cigarro na revista Ilustração Brasileira. UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, [s. l.], 2014. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/16470/1/PaginasSingularesPropagandas.pdf&ved=2ahUKEwjJgZDhnLDmAhWeF7kGHUn9DJYQFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw2SOWv6dObmdm17x7D9ox7Q>. Acesso em: 27 out. 2019.

MALTA, Deborah Carvalho et al. Evolução de indicadores do tabagismo segundo inquéritos de telefone, 2006-2014. [s. l.]: Caderno de Saúde Pública, 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v33s3/1678-4464-csp-33-s3-e00134915.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

MOUTINHO, A. V. Publicidade, tabaco e estratégias. Actas das III Jornadas Publicidade e Comunicação, [s. l.], 10 abr. 2008. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://core.ac.uk/download/pdf/61009097.pdf&ved=2ahUKEwiElvafmbDmAhVVGGrkGHbjOA9wQFjAAegQIAhAB&usg=AOvVaw2k9xQq53dDoYrr3HNZMpe0>. Acesso em: 21 out. 2019.

O GLOBO. Moro defende estudo de redução do imposto de cigarros e diz que foco é saúde pública. O globo. [S. l.], 27 mar. 2019. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/oglobo.globo.com/sociedade/moro-defende-estudo-de-reduca>

o-do-imposto-de-cigarros-diz-que-foco-saude-publica-23554903%3fversao=amp. Acesso em: 13 out. 2019.

PELLEGRINI, Flávia Toscano de Almeida. O PRODUCT PLACEMENT TABAGISTA NA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA.2008. 57 f. Monografia (Especialização) - Curso de Publicidade e Propaganda, Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Uniceub – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2006/2/20464835.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2018

PORTES, L. H. et al. Trajetória da política do controle de tabaco no Brasil de 1986 a 2016. Caderno de saúde pública , [s. l.], 2018. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0102-311X2018000205012&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 13 out. 2019

PORTES, L. H. et al. A politica de controle do tabaco no Brasil:: Um Balanço de 30 anos. Escola Nacional de saúde pública Sérgio Arouca , [s. l.], 20 mai. 2018. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.scielo.br/pdf/csc/v23n6/1413-8123-csc-23-06-1837.pdf&ved=2ahUKEwjaydDhkbDmAhVZF7kGHbt2Dk0QFjAAegQIBhAC&usg=AOvVaw0mYFyuBGWLe5R2gQSZt-UW>. Acesso em: 12 jun. 2019.

REIS, M . M. *et al.* CONHECIMENTO, ATITUDE E PRÁTICAS DE AGRICULTORAS SOBRE O PROCESSO DE PRODUÇÃO DE TABACO EM UM MUNICÍPIO DA REGIÃO SUL DO BRASIL. **CADERNOS DE SAÚDE PÚBLICA**, [s. l.], 11 dez. 2019. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0102-311X2017001505007&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 12 jun. 2019.

SASAKI, Silva. SMOKING FETISH: REPRESENTAÇÕES FEMININAS NAS PROPAGANDAS DE CIGARRO (1940 – 1960). Fazendo gênero 9, [s. l.], 26 ago. 2010. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.fazendogenero.ufsc.b>

r/9/resources/anais/1277920551_ARQUIVO_SmokingFetish_SilviaSasaki_Texto_Competo_FG9.pdf&ved=2ahUKEwiC3orlm7DmAhV4DrkGHWgZCp8QFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw0pPZMRk04tunkYVNpplx31. Acesso em: 27 out. 2019.

SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE DE MINAS GERAIS - SES..Tabagismo. 2018. Disponível em: <<http://www.saude.mg.gov.br/tabagismo>>. Acesso em: 11 jul.

2018. INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER. Ministério da Saúde. Observatório da Política Nacional de Controle do Tabaco. [alterado 14/06/2017]. Disponível em: <<https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco>>. Acesso em: 11 jul. 2018.

SPINK, M. J. P. et al. A construção do tabagismo como problema de saúde pública.: Uma confluência entre interesses políticos e processo de legitimação científica. Comunicação saúde educação , [s. l.], 20 jun. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832009000200009. Acesso em: 12 jun. 2019.