

## CAMPANHA VAPE VICIA COMEÇA 2ª FASE

A ACT Promoção da Saúde iniciou a segunda fase da campanha #VapeVicia, pela proibição dos dispositivos eletrônicos para fumar, categoria que inclui cigarros eletrônicos e de tabaco aquecido, com o lançamento de um vídeo nas redes sociais, produzido pela Papel Social, agência de jornalismo investigativo que pesquisa e documenta cadeias produtivas. Nesta nova etapa, a Sociedade Brasileira de Pneumologia e Tisiologia e a Sociedade Brasileira de Pediatria se uniram à ACT, à Associação Médica Brasileira e à Fundação do Câncer como parceiras, para mostrar como a indústria do cigarro cria novas formas para vender uma coisa bem antiga: a dependência da nicotina.

Por conta da epidemia de coronavírus, pesquisadores estão chegando à conclusão que fumantes podem ser mais impactados pela Covid-19, porque há um comprometimento do funcionamento dos pulmões. Entre os pacientes chineses diagnosticados com pneumonia associada ao coronavírus, segundo estudo da Organização Mundial da Saúde, as chances de agravamento da doença foram 14 vezes maiores entre as pessoas com histórico de tabagismo em comparação com as que não fumavam. Fumantes também têm o risco maior de serem acometidos por infecções respiratórias por outros vírus e bactérias.

O diretor-executivo da Fundação do Câncer, Luiz Augusto Maltoni afirma que já é reconhecido o envolvimento de receptores da enzima ECA2, que são abundantes no tecido dos pulmões durante os quadros severos de Covid-19 e que permitem ao coronavírus se conectar para infectar as células.

“Os fumantes, ex-fumantes e portadores de doença pulmonar obstrutiva crônica (DPOC), também ligada ao tabagismo, apresentam aumento expressivo dessa enzima nas vias aéreas inferiores. Isso sugere que fumar contribui para o aumento dos receptores pelos quais o vírus invade organismo humano”, explica o cirurgião oncológico.

Os fabricantes de cigarros têm pressionado a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para liberar o comércio dos DEFs no Brasil, especialmente os cigarros eletrônicos e os produtos de tabaco aquecido, sob a alegação de que teriam risco reduzido, por não terem combustão, e serem destinados a adultos fumantes que não querem ou não conseguem parar de fumar. Entretanto, não há evidências conclusivas de pesquisas independentes, ou seja, sem conflito de interesse e que não sejam financiadas pelas empresas de tabaco, de que os DEFs reduzem realmente os danos à saúde. Na verdade, pesquisas revelam que substâncias altamente tóxicas estão presentes nos DEFs e que houve aumento no consumo entre jovens nos países em que eles podem ser comercializados.

A Política Nacional de Controle do Tabagismo, que existe desde o final da década de 1980, é considerada bem sucedida e um exemplo para outros países. O Brasil chegou a ser premiado em 2019 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) por ser o segundo país, depois da Turquia, a ter adotado amplamente as medidas previstas no relatório MPOWER, que são consideradas as

melhores práticas para o controle do tabagismo.

Houve um aumento na prevalência de fumo no país, passando de 9,3%, em 2018, para 9,8% em 2019, segundo pesquisa Vigitel, do Ministério da Saúde, interrompendo a tendência de queda observada nos últimos anos. Medidas como políticas de aumento de preços e impostos, restrição da publicidade, ambientes livres de fumo, entre outras, foram fundamentais para a redução do índice de fumantes no país, de 38%, em 13 anos. Por isso, é fundamental avançar em outras medidas cujos projetos de lei estão em tramitação e manter a regra da Anvisa, que proíbe os dispositivos eletrônicos para fumar.

“Este aumento no número de fumantes detectado pela pesquisa VIGITEL acende um alerta, e frente ao contexto atual de crise sanitária, não faz sentido liberar a comercialização de produtos eletrônicos para fumar. Além de não serem inócuos, são produtos com grande apelo junto a jovens, podendo levar a toda uma nova geração de dependentes de nicotina. É imprescindível contar com o apoio da sociedade civil para que possamos incidir junto a Anvisa, para que não aprove a venda de DEFs no país”, ressalta Mônica Andreis, Diretora Executiva da ACT Promoção de Saúde.

### **Design e funcionamento**

Os cigarros eletrônicos usam uma bateria para aquecer um líquido, que geralmente contém nicotina e aditivos de sabor, e produzir um aerossol que é inalado pelo usuário. Esse tipo de DEF inclui uma ampla variedade de produtos, desde os que se parecem com cigarros ou canetas até os maiores, descritos como tanques.

Já os produtos de tabaco aquecido têm uma bateria que aquece um pequeno cigarro, bastão ou “pod” de tabaco a uma alta temperatura para produzir o aerossol, que também contém nicotina e outros produtos químicos, inalado pelo usuário.

Para atrair usuários, as empresas fabricam refis com opções de sabores, como morango, melão e café com leite. E alguns têm concentração de sal de nicotina, contendo o equivalente ao total de nicotina de um maço inteiro de cigarros.

### **Custos do tabagismo**

No Brasil, um estudo do Instituto Nacional de Câncer verificou que o país gasta cerca de R\$ 57 bilhões ao ano com despesas médicas e de perda de produtividade relacionadas a doenças provocadas pelo fumo. A indústria do tabaco, por sua vez, paga apenas R\$ 13 bilhões ao ano em tributos. Isso significa que há um rombo de pelo menos R\$ 44 bilhões para o sistema de saúde brasileiro. Todos os dias, 428 pessoas morrem devido ao tabagismo no país.

Apostar em novas tecnologias e alegar que existem produtos com menos riscos é uma tentativa da indústria do tabaco para tentar se manter no mercado e conquistar novos consumidores. Essa estratégia, no entanto, não é nova. As empresas já lançaram produtos denominados “light” e

“suave”, que acabaram por ser proibidos porque não representavam menos riscos à saúde. Assim, vemos que apostar em novos produtos e usar estratégias de marketing para induzir uma percepção de redução de danos parece uma questão de sobrevivência no negócio.

As táticas usadas para promover os DEFs são muito parecidas, tanto no Brasil quanto em outros países: publicidade com modelos jovens e atraentes, patrocínio de festas e eventos, colocação de produtos à vista e uso de influenciadores de mídias sociais são técnicas surpreendentemente semelhantes às usadas anteriormente pela indústria de cigarros para seus produtos tradicionais.

Acesse o hotsite da campanha: [vapevicia.org.br](http://vapevicia.org.br)

### Mais informações

Anna Monteiro  
(21) 98152-8077  
[anna.monteiro@actbr.org.br](mailto:anna.monteiro@actbr.org.br)

Alexandra Silva  
(21) 98313-0075  
[alexandra.silva@actbr.org.br](mailto:alexandra.silva@actbr.org.br)