



ASSIM SE VENDE VENENO

ACT e organizações internacionais lançam campanha na América Latina sobre propaganda de cigarros

Organizações da sociedade civil da América Latina lançam em 6 de agosto, quarta-feira, em mídias sociais como Facebook, Twitter e sites, uma campanha regional para chamar a atenção sobre a ação de marketing da indústria do tabaco e suas estratégias de manipulação para atrair novos consumidores, especialmente jovens. Além da Aliança de Controle do Tabagismo, são parceiros nessa ação a Fundação Interamericana do Coração, da Argentina e do México, a Corporate Accountability International, da Colômbia, e a Campaign For Tobacco Free Kids, dos Estados Unidos, que financiou o projeto.

Intitulado “Assim se vende veneno”, o vídeo estabelece um paralelo entre a natureza tóxica de certos produtos que são vendidos no mercado e a promoção de cigarros e pede o fim da propaganda de produtos de tabaco, inclusive em pontos de venda, como bares, padarias, lojas de conveniência, supermercados. O vídeo está disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Y8yQbCardvI&feature=youtu.be>

Pesquisa ACT/Datafolha, feita em abril de 2014 em todo o país, mostrou que a maioria da população é favorável à proibição da publicidade de produtos de tabaco: na mídia (85%) e em pontos de venda do produto (82%).

“A proibição de publicidade de tabaco é amplamente apoiada pela população como forma de prevenir a iniciação por jovens e não estimular o consumo. Este vídeo mostra que a publicidade tem papel importante pela imagem que transmite do produto, mascarando seus riscos através de embalagens e peças atraentes e vibrantes. É um alerta e ao mesmo tempo um estímulo para que não haja mais propaganda de tabaco no Brasil”, afirma Mônica Andreis.

Evidências demonstram que a publicidade de cigarros aumenta o consumo. O marketing da indústria do tabaco é muito eficiente ao promover a pandemia do tabagismo, principal causa de morte prevenível no mundo. Na América Latina, estudos mostram que 1.039 pessoas morrem por dia por causa de doenças tabaco relacionadas e mais de 33 bilhões de dólares são gastos, por ano, pelos governos para tratar dos problemas de saúde provocados pelo tabagismo, de acordo com a Organização Pan Americana de Saúde.

As ações de marketing da indústria do tabaco incluem uma ampla gama de mensagens enganosas, que permitem conquistar novos e potenciais consumidores. No Brasil, depois que a publicidade de produtos de tabaco foi proibida nos meios de comunicação, como TVs, rádios, revistas, jornais, a indústria do tabaco investiu pesadamente em outros canais de comercialização, como pontos de venda. Por isso, as proibições parciais de publicidade dos cigarros não funcionam e é necessária a proibição total, incluindo nos pontos de venda. A lei federal 12.546/11, que proíbe do fumo em ambientes fechados em todo o



país e a propaganda em pontos de venda, foi sancionada em dezembro de 2011 e entrará em vigor em dezembro deste ano, depois de quase 30 meses à espera do decreto regulador.

Mais informações:

Anna Monteiro

Diretora de Comunicação

Aliança de Controle do Tabagismo

21-99718-2349

anna.monteiro@actbr.org.br

Visite nossos websites:

ACT www.actbr.org.br

FIC Argentina www.ficargentina.org

FIC México www.ficmexico.org

Corporate Accountability International www.stopcorporateabuse.org