

## **PESQUISA ACT/DATAFOLHA MOSTRA QUE BRASILEIROS ACHAM QUE PROPAGANDA EM PONTOS DE VENDA INFLUENCIA A INICIAÇÃO AO TABAGISMO**

### ***Maioria concorda que cigarros não devem ficar expostos à visão do público***

Pesquisa da Aliança de Controle do Tabagismo - ACT encomendada ao Instituto Datafolha mostra que a maioria da população brasileira concorda que a exposição dos cigarros nos pontos de venda (PDV) tem influência no tabagismo, tanto para crianças e adolescentes, como para os adultos. Os dados apontaram que 74% dos entrevistados acham que a exposição dos cigarros influencia a iniciação de crianças e adolescentes, enquanto que 66% acreditam que influencia na compra de cigarros por adultos, sendo que 54% dos que responderam eram fumantes.

De forma coerente, a maioria da população, 64%, é favorável à opinião de que “os cigarros devem ficar escondidos da visão do público em geral”. Mesmo entre os fumantes, essa posição tem adesão da maior parcela (51%). Os fumantes leves, de até 10 cigarros por dia, são mais favoráveis ao “ocultamento” das marcas de cigarros, enquanto os fumantes pesados discordam: 45%.

Apenas 26% dos entrevistados concordam com a exposição dos cigarros de forma visível nos PDVs, da forma como é feita atualmente.

Foram realizadas 2.544 entrevistas, representativas da população com 16 anos ou mais, de todas as classes econômicas, entre 27 e 31 de julho de 2010, em 160 municípios brasileiros.

Estudos sobre fidelidade à marca mostram que a maioria dos fumantes não costuma trocá-la por outra. Quando o faz, 75% mudam para outra marca do mesmo fabricante. Para a ACT, os investimentos milionários em publicidade parecem não se justificar economicamente, a menos que fossem para atrair novos consumidores, pois o mercado é bastante estável e os fumantes, tanto aqui como em outros países, muito fiel à marca que fuma.

*“Os adultos fumantes sabem perfeitamente bem onde comprar suas marcas preferidas, não precisam de letreiros luminosos e atraentes para decidir qual cigarro fumarão. Esses letreiros são para atrair novos consumidores, especialmente os jovens. Esconder os cigarros da visão do público em geral é uma tendência mundial e uma questão de ética”, diz Paula Johns, diretora executiva da ACT.*

Para ler a pesquisa na íntegra, acesse:

[http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/538\\_tabagismo\\_final.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/538_tabagismo_final.pdf)

## **DIGA NÃO À PROPAGANDA DE CIGARRO!**

Manter os produtos derivados de tabaco nos PDVs, mas fora do raio de visão, é uma tendência mundial. Afinal, estudos científicos demonstraram que este é o sentido responsável por 83% da percepção humana, sendo que nossos olhos praticamente “escaneam” a 100 km/h as mercadorias e os materiais promocionais num PDV.

Várias províncias e territórios do Canadá, além da Tailândia e da Irlanda, têm legislações nesse sentido. Na Inglaterra, a publicidade em pontos de venda será proibida a partir de 2011 para grandes lojas e, a partir de 2013, para pequenas. Estados australianos como Tasmânia, New South Wales, Australian Capital Territory, Victoria e Western Austrália Islândia também seguem essa legislação. Outras jurisdições dentro da Austrália propuseram o mesmo. A Escócia também discute projeto de lei similar.

A proibição total da publicidade de produtos de tabaco, incluindo em PDVs, é uma das medidas previstas na Convenção Quadro para Controle do Tabaco, tratado internacional do qual o Brasil é signatário. A partir de 2011, prazo legal previsto a partir de sua adesão, o país deve proibir totalmente a publicidade de cigarros sob pena de descumprir os compromissos a que se obrigou internacionalmente. De acordo com parecer do constitucionalista e Catedrático da Universidade de São Paulo, Professor Doutor Virgílio Afonso da Silva, não há impedimento constitucional para que o Brasil adote a medida. Ao contrário, o país deve adotá-la já que a tanto se obrigou nacionalmente.

Para saber mais sobre o assunto, acesse:

[http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/284\\_parecer\\_juridico\\_publicidade.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/284_parecer_juridico_publicidade.pdf)

## **INDÚSTRIA DO TABACO INVESTE PESADO EM PDV**

Em maio, uma outra pesquisa ACT/Datafolha mostrou que a maioria dos estabelecimentos de São Paulo 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. A pesquisa descobriu que a visibilidade dos cigarros e do material promocional para crianças é mais acentuada nos estabelecimentos com IDH elevado, de grande porte e nas padarias em geral. Ela também é mais acentuada nos estabelecimentos que possuem escola perto (85%, em comparação com 73% entre os que não possuem escolas nas proximidades).

Entre outros pontos interessantes encontrados naquela pesquisa ACT/Datafolha, está o fato de padarias, bancas de jornais e estabelecimentos de maior porte terem presença quase maciça de crianças e adolescentes. Na maioria dos casos (82%), os cigarros encontram-se expostos em displays, e, em 84% dos estabelecimentos, são visíveis para as crianças. Além disso, cartazes de propaganda de cigarros estão visíveis para as crianças em 66% dos estabelecimentos.

A pesquisa constatou, também, que em 83% dos estabelecimentos, os cigarros ficam próximos de balas, chocolates ou doces. Esse percentual atinge quase a totalidade, nas padarias, nos estabelecimentos de grande porte e nos situados em regiões de IDH muito elevado. Em 93% dos locais, os cigarros ficam próximos do caixa.

Em relação à propaganda nos PDVs, a pesquisa chegou à conclusão que 2/3 dos estabelecimentos pesquisados possuem material promocional de cigarros, em geral próximo à área de exposição do produto: 69% dos estabelecimentos têm material promocional de cigarros, 68% têm este tipo de material na área destinada à venda de cigarros, 10% têm material em outras áreas do estabelecimento.

Há destaque para a presença de material promocional entre as padarias, os estabelecimentos de médio e grande porte e os situados nas áreas de IDH muito elevado.

Para conhecer essa pesquisa, acesse:

[http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/537\\_cigarros\\_no\\_pdv.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/537_cigarros_no_pdv.pdf)

#### **A PRESENÇA DE JOVENS NOS PDVs**

Em 2008, pesquisa ACT/Datafolha feita em seis capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador e Brasília), com jovens de 12 a 22 anos, constatou que 79% deles viam cigarros à venda nas padarias, enquanto 71% já tinham visto o produto nos supermercados. A maioria (58%) dos que frequentam bares também disseram ter visto cigarros sendo vendidos nesses locais. Dos que freqüentavam lojas de conveniência, 38% disseram ter visto cigarros à venda. Essa taxa é de 37% entre os que costumavam ir a bancas de jornais, de 31% entre os que iam a postos de gasolina e de 29% entre os que costumavam fazer compras em camelôs.

A maioria dos entrevistados achou que a exposição de cigarros nestes locais influenciava na iniciação ao fumo. Para 37%, essa exposição influenciava muito, e, para 34%, influenciava mais ou menos as pessoas a começar a fumar, totalizando 71%. Apenas 28% achavam que essa exposição não tinha qualquer influência na iniciação dos fumantes.

A maioria (63%) achava que pessoas de sua idade podem sentir vontade de fumar ao ver os cigarros expostos em locais de venda. Essa taxa chegava a 71% entre os que têm entre 12 e 14 anos; ela é de 68% entre os que têm de 15 a 17 anos e de 56% entre os que estão na faixa dos 18 a 22 anos.

Esta pesquisa de 2008 pode ser acessada, na íntegra, em

[http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/222\\_Datafolha-pontos-de-venda-2008.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/222_Datafolha-pontos-de-venda-2008.pdf)

Para mais informações sobre esse tema, acesse



Aliança de Controle do Tabagismo

[http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/539\\_FACTSHEET\\_PESQUISAS\\_OPINIAO\\_051110.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/539_FACTSHEET_PESQUISAS_OPINIAO_051110.pdf) e consulte também nosso hot site: [www.propagandasemcigarro.org.br](http://www.propagandasemcigarro.org.br)

Para mais informações, entre em contato com nossa assessoria de imprensa:

**São Paulo**

Acontece Comunicação  
Chico Damaso ou Monica Kulcsar  
(11) 3873-6083 / 3871-2331  
[acontece@acontecenoticias.com.br](mailto:acontece@acontecenoticias.com.br)  
[chicoacontece@uol.com.br](mailto:chicoacontece@uol.com.br)

**Rio de Janeiro**

Anna Monteiro  
(21) 3311-5640 / 8152-8077  
[Anna.monteiro@actbr.org.br](mailto:Anna.monteiro@actbr.org.br)

**São Paulo - SP**  
**Rio de Janeiro - RJ**

Rua Batataes, 602, cj 31, 01423-010  
Av. N. Sa. Copacabana, 330/404, 22020-001

**Tel/fax:** 11 3284-7778, 2548-5979  
21 2255-0520, 2255-0630