

Artigo do Dr. Dráuzio Varella

Folha de S. Paulo, 20/11/2010

Propaganda descarada

A publicidade acintosa de cigarros nos pontos de venda precisa ser proibida. É absurdo não fazê-lo

É EXTENSA a folha corrida dos fabricantes de cigarro. Nenhum dos crimes cometidos pelo capitalismo mundial, incluindo a escravidão, é comparável ao das estratégias engendradas por eles para convencer crianças a começar a fumar.

A história mostra do que foram capazes esses senhores: usaram atrizes e atores de cinema, compraram médicos, esconderam enquanto puderam as pesquisas que associavam o fumo ao câncer, ataques cardíacos e outras enfermidades de gravidade semelhante, investiram fortunas em comerciais dirigidos ao público infante-juvenil, corromperam a imprensa, financiaram políticos e contrataram lobistas para pressionar os reticentes.

O objetivo dessas ações era mais do que explícito: viciar meninas e meninos para torná-los usuários de nicotina até a morte.

No Brasil, a publicidade do cigarro nos meios de comunicação de massa foi proibida apenas no ano 2000. Os fabricantes não se abalaram, competentíssimos na arte de angariar novos dependentes químicos, espalharam pontos de vendas coloridos e sedutores junto aos locais frequentados por crianças e adolescentes.

Meses atrás, em entrevista à revista "Exame", um alto executivo da Souza Cruz afirmou com a desfaçatez habitual: "Temos de inundar o varejo com nossos maço de forma que o consumidor ache o produto em qualquer lugar do Brasil. Os cigarros que saem das duas fábricas, em Uberlândia (MG) e em Cachoeirinha (RS) abastecem 260 mil pontos de venda em todo o Brasil".

Pesquisa Datafolha/Aliança de Controle do Tabagismo conduzida em maio deste ano em São Paulo dá sentido às palavras do tal executivo: "A grande maioria dos estabelecimentos de São Paulo que comercializa cigarros possui nas proximidades, num raio de até um quilômetro, alguma escola de nível fundamental ou médio; mais de um terço têm uma faculdade na vizinhança".

Proibido o acesso à TV e aos jornais, os fabricantes investiram pesado na divulgação de material publicitário (displays, cartazes, luminosos etc.) para promover as vendas em locais como padarias, lanchonetes, bancas de jornal e lojas de conveniência. Cerca de 70% desses pontos de venda expõem cartazes promocionais coloridos, desenhados com a finalidade precípua de atrair os mais jovens.

Em 83% dos estabelecimentos visitados, os cigarros estavam expostos junto às balas, chocolates ou doces. Nas padarias, esse número chega perto da totalidade.

Segundo a publicitária especializada em merchandising, Regina Blessa: "O ponto de venda é a única mídia que reúne os três elementos essenciais para uma compra: consumidor, dinheiro e

produto. No Brasil, 85% das compras são decididas nesses pontos comerciais, não são planejadas anteriormente".

De acordo com ela, como nossos olhos "escaneam" a 100 km/h a publicidade e as mercadorias presentes nesses locais, não é de estranhar que os fabricantes de cigarro invista. É cada vez mais nos espaços em que a decisão de comprar acontece.

Até quando nós, brasileiros, conviveremos com esse crime continuado? Para proteger nossos filhos, proibimos propaganda de cigarro na TV, rádio, jornais e revistas, mas fazemos vistas grossas ao aliciamento da criança que entra na padaria para comprar um chocolate. Tem lógica, leitor?

Se a venda de cigarro em padaria, lanchonete ou banca de jornal é uma aberração há muito banida dos países mais desenvolvidos, permitir nesses locais a exibição de material publicitário que visa criar imagens benevolentes de um tipo de dependência química que provoca sofrimento e leva à morte precoce, é descaso com a saúde de nossos filhos ou falta de coragem para enfrentar o lobby da indústria. Irresponsabilidade ou covardia, não há outra explicação.

A sociedade admitiria a presença de cartazes que apregoassem a venda de maconha junto aos doces e aos pães que a mãe pede para o filho comprar na venda da esquina?

Essa publicidade acintosa nos pontos de venda precisa ser terminantemente proibida. É absurdo não fazê-lo. Os maços de cigarro não podem ficar expostos aos olhares curiosos das crianças. Por que razão não criamos leis que obrigam os comerciantes a guardá-los em gavetas ou estantes fechadas?