

ORGANIZAÇÕES ACIONAM MINISTÉRIO PÚBLICO E PROCON/SP CONTRA SOUZA CRUZ

A ACT Promoção da Saúde e outras sete entidades fizeram representação contra a Souza Cruz ao Ministério Público Federal do Estado de São Paulo, Ministério Público Federal de São Paulo e ao Procon/SP, com denúncia sobre nova estratégia de marketing da empresa para promoção de suas marcas de cigarros, em mídias sociais e em eventos.

A denúncia é baseada em pesquisa liderada pelo professor Robert V. Kozinets, da Universidade da Carolina do Sul, com pesquisadores de dez países, para analisar como a indústria do tabaco tem feito uso das mídias sociais para propagandear suas marcas e produtos.

O braço da pesquisa no Brasil é o Centro de Estudos em Consumo do Instituto COPPEAD da Escola de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, sob a responsabilidade da professora Maribel Suarez.

O objetivo foi identificar, mapear e entender tais estratégias de marketing empregadas pela indústria do tabaco no Brasil e no mundo; refletir sobre o combate às formas de marketing sorrateiro e analisar como as campanhas de promoção do cigarro são assimiladas por jovens que se utilizam da internet.

Os resultados revelam estratégias ilegais de marketing com alto nível de sofisticação, por meio da análise de casos com a associação de hashtags que se relacionam com marcas de cigarros e festas/eventos e o uso de influenciadores digitais, tendo o jovem como público alvo.

Os pesquisadores detectaram campanhas ilegais e disfarçadas/indiretas de propaganda de marcas de cigarro e promoção do próprio ato de fumar em redes sociais, notadamente Facebook e Instagram, por meio de postagens que não se revelam explicitamente como anúncios ou *posts* patrocinados. Segundo a denúncia, “o marketing é feito de forma furtiva, por meio diversas ações e estratégias que tentam driblar a legislação, configurando o denominado marketing sorrateiro”.

São usadas *hashtags* que se relacionam com marcas de cigarros e festas/eventos e o uso de influenciadores digitais, o que tem gerado grande alcance nas plataformas de mídias sociais da internet em diversos países, para além daqueles onde foram geradas. Influenciadores digitais são contratados para promoção de produtos de tabaco nas plataformas de mídia social, de tal forma que impossibilita ao consumidor o direito à identificação de que se trata de publicidade.

São estratégias que visam promover uma percepção positiva do público/consumidores com marcas de cigarros e com o ato de fumar, para recuperar a aceitação social do tabagismo e normalizá-lo, e garantir uma

próxima geração de usuários dependentes da nicotina e, portanto, consumidores por muito anos. Cigarros são inseridos em cenas que não são consideradas pelo consumidor como propagandas convencionais.

Estas práticas configuram grave violação à lei brasileira, que proíbe a propaganda comercial de produtos de tabaco, o que inclui a internet. A única exceção da lei é a exposição de embalagens nos locais de venda.

“Os órgãos de fiscalização devem agir e tomar as providências legais para que a empresa cesse essas práticas e sejam punidas. Há muitas evidências e provas dessa estratégia global de propaganda de cigarros em um meio de comunicação tão potente como a internet e explorar as mídias sociais, e assim alcançar um público ilimitado, de todas as faixas etárias para promover marcas e normalizar o uso do tabaco no Brasil”, diz a diretora jurídica da ACT, Adriana Carvalho.

As *hashtags* mais usadas são #AheadBR, #Quemteinspira, #TasteTheCity e #Readytoroll para divulgação das marcas de cigarros Kent, Dunhill e Lucky Strike, no Facebook e Instagram.

A denúncia foi feita pela ACT com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), o Centro de Estudos sobre Tabaco e Saúde (Cetab), da Fundação Oswaldo Cruz, a Associação Mundial Antitabagismo e Antialcoolismo (AMATA), a Sociedade Brasileira de Pneumologia e Tisiologia, no Brasil, e as organizações internacionais Fundação InterAmericana do Coração, Tobacco Free Kids, União Internacional Contra a Tuberculose e as Doenças Respiratórias e a Vital Strategies Brasil.

Em agosto, as duas últimas e a organização não governamental norte-americana Tobacco Free Kids, protocolaram denúncia similar ao *Federal Trade Commission*, nos Estados Unidos, com o pedido para que a agência tome medidas investigativas e de execução contra as quatro maiores empresas de capital aberto multinacionais de tabaco - Philip Morris International, British American Tobacco, Japan Tobacco International e Imperial Brands, por fazer publicidade enganosa de cigarros através das mídias social. A denúncia revela que as postagens com produtos de tabaco/ato de fumar nas mídias sociais foram vistas mais de 25 bilhões de vezes globalmente e 8,8 bilhões de vezes nos EUA.

Todo o material desta denúncia está disponível online no website: <https://www.takeapart.org/wheretheressmoke/>