

(/)

Centro Cultural do Ministério da Saúde

MINISTÉRIO DA SAÚDE (/)

Buscar



(https://www.facebook.com/centroculturaldoministeriodasaude/)



(https://www.instagram.com/centroculturaldom)



Fale conosco (/fale-conosco)

VOCÊ ESTÁ AQUI: PÁGINA INICIAL (/) > NOTÍCIAS (/NOTÍCIAS) > CAMPANHA PIONEIRA DE ZIRALDO CONTRA O FUMO COMPLETA 35 ANOS

MENU

Notícias (/noticias)

Campanha pioneira de Ziraldo contra o fumo completa 35 anos

por Alexandre Octávio Ribeiro de Carvalho/Conprev-INCA e Silvana Rubano Turci/Cetab-Fiocruz

Publicado: 13/10/2022 | 10h29

Última modificação: 14/10/2022 | 15h25

Compartilhar

Tweetar



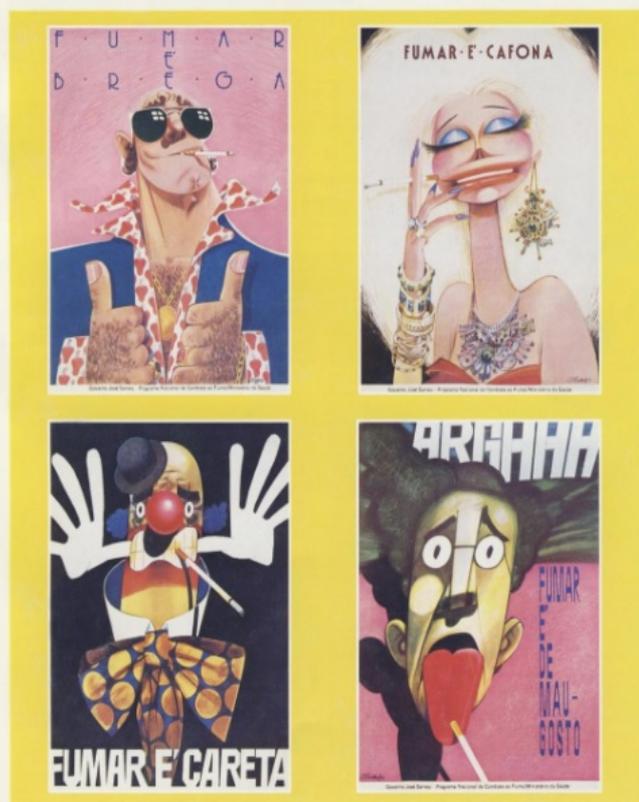
Imagine um cenário em que os homens só se tornassem viris se fumassem determinada marca de cigarros. Esta foi uma das muitas estratégias usadas pela indústria do tabaco para aumentar o consumo de seus produtos entre determinados públicos e um exemplo dessa prática foi usar como garoto propaganda o tricampeão da Copa de 1970, Gérson, que usava um slogan que dizia que o consumo de determinada marca de cigarro era uma vantagem e o bordão era “levar vantagem em tudo”, a mesma estratégia de marketing era usada, associando a prática de esportes radicais e o consumo de cigarros da marca X.

Agora imagine se essas mensagens associando virilidade, sucesso, juventude, velocidade e prazer ao ato de fumar estivessem livremente disponíveis 365 dias por ano, a qualquer hora, a todos os públicos, incluindo jovens e crianças, em canais de TV, filmes, revistas, jornais, shows, outdoors, enfim, todo e qualquer espaço publicitário? Esta era a realidade que enfumava o cotidiano do desprotegido consumidor brasileiro até meados da década de 90, fazendo com que o Brasil tivesse uma trágica prevalência de fumantes próxima aos 35%.

Na contramão deste massacre midiático que multiplicava ferozmente os lucros das indústrias do tabaco, proporcional ao crescimento vertiginoso dos óbitos por cânceres, incluindo o de pulmão, uma campanha bem-humorada, elaborada pelo artista Ziraldo, a pedido do Instituto Nacional de Câncer, em 1987, divulgada nacionalmente através do Programa de

TOBACCO CONTROL

AN INTERNATIONAL JOURNAL



BMJ PUBLISHING GROUP

This content downloaded from 142.86.3.42 on Mon, 12 Sep 2016 03:43:15 UTC
All use subject to <http://about.jstor.org/terms>

Oncologia, atual Coordenação Nacional de Prevenção e Vigilância do Câncer (Conprev), se tornaria célebre, abrindo as portas para a construção de uma avançada legislação antitabaco no Brasil, a lei nº 9.294/96, após décadas de interferência e lobby da indústria do tabaco no Congresso Nacional.

A parceria entre o INCA e Ziraldo resultaria na produção de cinco pôsteres com caricaturas que visavam desmistificar o glamour de fumar associados as frases “fumar é cafona”, “fumar é careta” “fumar é de mau gosto” “fumar é patético” e “fumar é brega”. A campanha foi muito bem recebida por gestores e público e trocaram a visão arcaica sobre o tabagismo por uma visão bem-humorada, que questionava os mitos da beleza e juventude ao ato de fumar.

A campanha se tomou capa do conceituado periódico *Tobacco Control* (<https://ur.booksc.me/ireader/60853791>), em outubro de 1993. Segundo apresentação da Ex-Chefe do Secretariado da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da OMS, que em 1987 fazia parte da equipe do Pro-Onco, Vera Luiza da Costa e Silva, o convite a Ziraldo partiu da necessidade do uso de imagens de qualidade e humor que fugissem das caveiras, revólveres e caixões empregados pelas incipientes campanhas de controle do tabagismo, e que tinham pouco ou nenhum impacto.

Vera Luíza, lembra que a *“repercussão foi imediata nos grandes centros, e a reação das pessoas era visível, um misto de surpresa, graça e finalmente concordância com a mensagem”*. A criação pioneira de Ziraldo mereceu um prêmio da Organização Mundial de Saúde e, dez anos depois, a homenagem do INCA com o lançamento de um

cartaz comemorativo. *“Muitas outras campanhas se seguiram no país na tentativa de desmistificar o uso do tabaco, mas nenhuma foi tão criativa, sutil e inovadora quanto a de Ziraldo”*, avalia Vera Luiza.

A atenção do público e os resultados obtidos com a campanha estimularam o próprio Ziraldo a superar a dependência tabágica, após 37 anos, de 60 cigarros por dia.

“Foi no processo de fazer esses cartazes que tomei a decisão de, finalmente, parar de fumar, mesmo. Eu tinha que acreditar no que estava fazendo e me ocorreu, também, que, de todas as coisas que os homens de sucesso faziam na televisão, a única que eu tinha que fazer era parar de fumar”.

Para a ex-Secretaria-Executiva da Comissão Nacional para a implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, Tânia Cavalcante, a campanha desenvolvida por Ziraldo colaborou de maneira inédita na construção de uma consciência nacional sobre o absurdo das propagandas de cigarro, processo que culminou na criação da Lei nº 10.167/2000, regulando ainda mais rigidamente a lei 9.294/96, ao restringir a propaganda exclusivamente aos pontos de venda.

Na análise de Silvana Rubano Turci, coordenadora do Centro de Estudos sobre o Tabaco (Cetab/Fiocruz), *“foi difícil romper com a ideia de que fumar era chique e glamoroso, e só uma pessoa criativa e genial como o Ziraldo foi capaz de fazer isso usando o humor”*.

Passados 35 anos, a propaganda ainda é a alma do negócio para a Indústria do Tabaco, que agora visa nichos segmentados, como os públicos LGBT, mulheres, adolescentes e afrodescendentes. A exitosa jornada do Brasil na redução da prevalência de tabagismo serve de exemplo para outros países e tem contribuído para que haja avanços das políticas na área de promoção da saúde, tornando o país como centro colaborador da Organização Mundial de Saúde.

CCMS

Centro Cultural do Ministério da Saúde
Praça Marechal Âncora (Praça XV)
nº 95, térreo
Centro - Cep: 20021-200
Rio de Janeiro - RJ
Tel.: (21) 2240-5318
Tel: (21) 3985-7648

Agendamento para visitas em grupo:
(21) 2240-5318
ccms@saude.gov.br (mailto:ccms@saude.gov.br)
Estacionamento próprio
Recepcionistas bilíngues

