

Vapes ganham formas de brinquedos e cores para atrair a geração Z; médicos falam dos riscos

oglobo.globo.com/saude/noticia/2023/11/13/vapes-ganham-formas-de-brinquedos-e-cores-para-a-trair-a-geracao-z-medicos-falam-dos-riscos.ghtml



Alexa Addison se lembra de como eram os vapes quando ela estava no ensino médio. O cigarro eletrônico dominante era o Juul, um retângulo fino e preto com cantos afiados que lembrava um pen drive.

Quando Addison, de 19 anos, começou a faculdade na Universidade da Carolina do Norte em Wilmington, no ano passado, o vape que ela estava acostumada havia mudado. Ela viu muitos de seus colegas de classe brandindo Elf Bars, cigarros eletrônicos de cores vivas que pareciam caixas de AirPods, com chaminés levemente inclinadas para inalação.

Ela comprou sabores como piña colada e morango-kiwi e tirou fotos quando as cores de seu aparelho combinavam com suas roupas. Logo ela se viu vaporizando um Elf Bar por semana. (Cada um contém tanta nicotina quanto 590 cigarros, de acordo com uma estimativa) Addison disse que durante o período de uso mais intenso, suas gengivas ficaram cinzentas.

“Eles pareciam muito bonitos, honestamente”, disse ela sobre os dispositivos. “Eu simplesmente nunca tive interesse em vaporizar até que os bonitos começaram a ser vendidos”.

Cerca de cinco anos depois de Juul se tornar a imagem mental de muitas pessoas para a palavra “vape”, os cigarros eletrônicos estão passando por outra reforma. O visual discreto associado ao Juul foi superado pelos designs arredondados e vívidos das Elf Bars e de outras marcas, cujos esquemas de cores geralmente correspondem aos seus sabores.

Em entrevistas, os jovens compararam a aparência desses cigarros eletrônicos descartáveis com doces, chupetas, brilho labial e sabonete. “Eles quase parecem brinquedos”, afirmou Carter James, 23 anos, produtor musical que mora no Brooklyn e disse que parou de usar cigarros eletrônicos neste verão.

Alguns especialistas em saúde pública estão preocupados com o fato de a aparência lúdica destes dispositivos — que está perfeitamente em linha com as preferências estéticas maximalistas da Geração Z — poder oferecer uma nova cobertura atraente para produtos de nicotina. Os médicos afirmam que a nicotina é especialmente viciante para os jovens, e pesquisas sugerem que os “vapers” adolescentes correm o risco de causar danos pulmonares imediatos e de longo prazo.

Em combinação com sabores inspirados em doces e frutas — um foco importante dos grupos antitabaco — embalagens atraentes de vaporizadores poderiam levar os jovens a optarem pelos cigarros eletrônicos, disseram vários especialistas.

“Se parecer glamoroso e atraente, será o primeiro condutor a levar um cavalo à água”, disse Brian King, chefe do centro de tabaco da Food and Drug Administration. “Os sabores então os levam a beber. E a nicotina faz com que eles voltem para mais”.

Joe Camel para a Geração Z?

Susan Linn, psicóloga e professora de psiquiatria na Harvard Medical School, disse que “não há dúvida” de que o aparecimento das Elf Bars foi concebido para chamar a atenção de adolescentes ou mesmo de crianças, que gravitam em torno de cores brilhantes e formas arredondadas.

Ela comparou o visual juvenil de Elf Bars a Joe Camel, personagem de desenho animado aposentado pela RJ Reynolds Tobacco Company após anos de críticas de que era voltado para crianças. Décadas mais tarde, as empresas de cigarros eletrônicos também fizeram apelos visuais aos jovens: em 2018, a FDA emitiu avisos às empresas que vendiam produtos de nicotina que pareciam caixas de suco.

“As empresas de tabaco usam desenhos animados ou embalagens de cores vivas para fisgar as crianças, para fazê-las pensar que isso é benigno, divertido e inofensivo para elas”, disse Linn, que também é autora de “Consuming Kids”, um livro sobre marketing para crianças.

Cerca de um em cada 10 estudantes do ensino médio usou um cigarro eletrônico no mês passado, de acordo com a Pesquisa Nacional sobre Tabaco entre Jovens, divulgada este mês. E embora o uso de cigarros eletrônicos entre adolescentes tenha diminuído em

geral desde 2019, os dispositivos descartáveis com sabor, incluindo o Elf Bar, têm crescido.

O Elf Bar, que também é vendido sob os nomes EBDesign e EBCreate, chegou às prateleiras dos EUA em novembro de 2021, de acordo com a Associated Press. Neste verão, tornou-se a marca líder de cigarros eletrônicos entre os estudantes do ensino fundamental e médio, de acordo com a pesquisa. Existem muitos produtos visualmente semelhantes, incluindo Flum Pebble, Juicy Bar, Air Bar Nex e Lost Mary.

Elf Bar não foi autorizado para venda pelo FDA, a agência regulatória americana, mas os vapes estão prontamente disponíveis nas lojas. O órgão ordenou que os carregamentos provenientes da China fossem apreendidos na fronteira.

No Brasil, a venda, a importação e a publicidade dos cigarros eletrônicos é proibida. No ano passado, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) revisou a questão e decidiu pela manutenção dessa proibição destes dispositivos. Os argumentos científicos que balizaram a decisão incluíram o fato de estudos mostrarem que o uso de cigarros eletrônicos não é útil para tratar o tabagismo ou parar de fumar, além de causar dependência e riscos à saúde, devido à presença da nicotina, uma substância psicoativa.

A empresa que fabrica a Elf Bar, IMiracle Shenzhen Technology, argumentou que é injustamente visada pela FDA e que os seus produtos, que ostentam um rótulo austero, a preto e branco, alertando que a nicotina é viciante, são orientados para consumidores adultos.

Ainda assim, alguns veem o design físico dos dispositivos como um claro apelo à sensibilidade visual da Geração Z.

“Eu certamente argumentaria que os vapes modernos, especialmente as Elf Bars, são mais direcionados aos jovens da Geração Z e até mesmo da Geração Alfa”, disse Ben Varquez, diretor-gerente da YMC, uma agência de marketing para jovens que não trabalha com clientes do setor de tabaco.

“Os jovens clientes de hoje são menos atraídos pelo minimalismo tecnológico do que pelas paletas de cores vibrantes e silhuetas divertidas que se destacam nas redes sociais. Se a Elf Bar estava tentando projetar um produto alinhado com os gostos dos consumidores da Geração Z, eles acertaram em cheio”, disse Varquez.

Alguns cigarros eletrônicos estão sendo embalados de forma semelhante aos produtos de beleza, cosméticos e cuidados com a pele que estão nas prateleiras da Sephora. Suas caixas pastel combinam com marcas de bebidas de luxo como Kin Euphorics ou os gradientes tontos de Partiful, uma plataforma de convites para eventos preferida pela Geração Z.

“É uma coisa pequena, redonda e fofa, com cores super brilhantes que parece muito amigável”, disse Taylor McGee, 26 anos, designer gráfico do Brooklyn. “Está posicionado mais perto desses objetos banais que não fazem mal”.

“A semelhança do Elf Bar com itens mais inócuos pode desmentir o seu conteúdo”, disse Bonnie Halpern-Felsher, professora de pediatria na Universidade de Stanford que liderou o desenvolvimento de um currículo de prevenção do tabaco. Um conjunto emergente de pesquisas sugere que os adolescentes se tornam viciados em nicotina com mais facilidade do que os adultos, disse ela, e que alguns casos de doenças cardíacas, asma e bronquite podem estar ligados à vaporização.

O FDA deu sinal verde para alguns cigarros eletrônicos na tentativa de ajudar os fumantes adultos a abandonarem os cigarros. Mas proibiu a venda da maioria dos vapes com sabor, citando os riscos do seu apelo aos jovens.

Estudos mostram que vários fatores incentivam os jovens a experimentarem cigarros eletrônicos, incluindo sabores excitantes e pressão social. Embora haja pesquisas limitadas sobre como a aparência física da última onda de cigarros eletrônicos pode atrair os jovens, um estudo britânico publicado este ano relatou que indivíduos com idades entre 11 e 16 anos viam os cigarros eletrônicos descartáveis e coloridos como “na moda”, legal” e um “acessório de moda”.

Isso os diferencia dos primeiros cigarros eletrônicos, que eram sistemas modulares desajeitados ou simples cigarros brancos que imitavam a aparência de cigarros reais.

Ascensão de Juul

Depois veio o Juul, um retângulo elegante e escuro criado por dois graduados da escola de design de Stanford e lançado em 2015. Mínimo e discreto, permitia aos jovens fumar secretamente nas aulas ou nos banheiros das escolas.

O uso de Juul explodiu entre adolescentes por volta de 2018 e 2019, despertando preocupação de pais e médicos sobre como a vaporização afetaria a saúde dos jovens. A empresa foi acusada de fazer marketing para menores de idade logo após o produto chegar ao mercado. Este ano, a Juul Labs concordou em pagar mais de US\$ 400 milhões para resolver alegações de que sua publicidade tinha como alvo adolescentes.

Juul se tornou “o garoto-propaganda de todas as maneiras pelas quais a indústria de vaping deu errado”, disse Jamie Ducharme, autor de “Big Vape: The Incendiary Rise of Juul” (“O grande Vape: O incendiário crescimento de Juul”, em tradução livre) e correspondente de saúde da revista Time. O design diferenciado do dispositivo, que já foi um ponto de venda, tornou-se associado a “desrespeitar a regulamentação e iniciar um escândalo”.

Ducharme especulou que as novas empresas de cigarros eletrônicos provavelmente queriam se distanciar da aparência de Juul. “Não tenho certeza se eles seguiram na direção correta”, disse.

A aparência mais ousada dos novos cigarros eletrônicos descartáveis pode corresponder a uma mudança na abertura de alguns jovens em relação à vaporização.

Quando Karely Alcantara, 21 anos, começou a vaporizar no ensino médio, a maioria de seus amigos usava Juuls, que eram facilmente escondidos de professores e familiares. Hoje, Alcantara, estudante da Universidade de Maryland, vê as pessoas tratando as Elf Bars como acessórios onipresentes. Ela os vê em bares, no refeitório de seu centro estudantil, no TikTok e no Instagram.

“Ninguém está mais tentando esconder isso, porque todo mundo usa vape”, disse Alcântara. Ela disse que parou de fumar no ano passado com a ajuda de um grupo de controle de tabaco por mensagem de texto. Ela agora é embaixadora estudantil da iniciativa, função pela qual recebeu uma bolsa.

Muitos estudantes do ensino médio que ficaram viciados em Juul tornaram-se jovens adultos com menos supervisão sobre seus hábitos de vaporização, acrescentou James, o produtor musical. “Toda a onda Juul era mais para ser discreto. Agora é como se você quisesse exibi-lo”, disse ele.

Webstories

Inscreva-se na Newsletter: **Saúde em dia**