

Menina já fuma como menino, diz pesquisa

24/08/2009
Folha de São Paulo

Estudo de âmbito nacional mostra que 6,7% das garotas entre 14 e 18 anos usam tabaco, enquanto os meninos são 8,6% "As meninas consomem maconha, cocaína e álcool com frequência semelhante à dos meninos", afirma coordenadora da pesquisa

As mulheres já se igualaram aos homens - ao menos na dependência ao tabaco. Meninas de até 18 anos já fumam praticamente como meninos, segundo pesquisa da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo) obtida pela Folha. Os garotos que fumam são 8,6% da população entre 14 e 18 anos; as meninas somam 6,7%. Quando se mede o hábito de fumar na população como um todo, há um abismo a separar os homens das mulheres: 25% e 14%, respectivamente.

Não há uma pesquisa com a qual esse estudo possa ser comparado. Mas levantamentos anteriores do Ministério da Saúde mostravam que meninos e meninas fumando em proporções iguais era um fenômeno restrito a algumas capitais, como Curitiba. A pesquisa da Unifesp é a primeira a revelar esse fenômeno em todo o Brasil, segundo a psiquiatra Ana Cecília Marques, que coordenou o estudo, feito a partir de 3.077 entrevistas.

"As meninas consomem maconha, cocaína e álcool com uma frequência semelhante à dos meninos. A pesquisa mostra que isso ocorre também com o tabaco", diz ela.

Maço com florzinha

Há pelo menos três explicações para o aumento de adolescentes fumantes, de acordo com a psiquiatra. "A menina amadurece mais cedo, bebe mais cedo, tem uma vida sexual mais precoce. Por isso ela começa a fumar mais cedo", diz.

Outro fator, segundo ela, é a pressão dos pares e da mídia -os meninos incitam as meninas a fumar, modelos e atrizes aparecem fumando na TV. Finalmente, a indústria descobriu que é possível criar produtos que atraiam as meninas.

"Maço de cigarro que vem com florzinha, com porta-batom lilás, com fone de ouvido, cigarros fininhos com nomes fashion como Vogue, logotipos que parecem o do Yves Saint Laurent. Tudo isso é feito para mulheres e adolescentes", afirma Clarissa Hamsi, diretora jurídica da ACT (Aliança de Controle do Tabagismo), entidade que reúne mais de 300 organizações que combatem o fumo.

A lei que proibiu a publicidade de cigarro veta alusões à masculinidade e à feminilidade, o que permite caracterizar esses produtos como "ilegais", na visão da ACT.

Há ainda o que a entidade classifica de venda casada. Relógio e maço de Free são vendidos por R\$ 10, caixa de iPod e maço de Lucky Strike custam R\$ 12, fone de ouvido e L&M saem por R\$ 10.

O Ministério Público de São Paulo endossa a posição da ACT de que as vendas casadas e os maços supostamente dirigidos para meninas são ilegais. "São produtos feitos para adolescentes. Meu pai não ouve iPod. Esses produtos não poderiam existir se a lei federal fosse respeitada. A lei proíbe brindes", diz o promotor João Lopes Guimarães Jr.

Ele propôs um acordo para Souza Cruz e a Philip Morris, pelo qual as fabricantes retirariam esses produtos do mercado para não serem alvo de inquérito. As empresas não comentam a proposta de acordo, mas dizem que não fazem propaganda nem vendem produtos para adolescentes.