



O cenário social do tabagismo segundo enunciações de discursos organizacionais.¹

Raphael Silva Souza Oliveira Carvalho²

PPGCOM - Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO: A questão do tabagismo é uma pauta cada vez mais em voga. Seja no campo da saúde coletiva ou em gestão pública, a temática permeia diferentes conhecimentos humanos, o que inclui o campo das ciências sociais e aplicadas. Adotando as perspectivas construcionista e do interacionismo simbólico vemos as organizações cada vez mais como atores ativos no cenário discursivo, portanto, como agentes construtores e transformadores da realidade. Este artigo se propõe, portanto, entender como organizações diretamente ligadas ao tema do tabagismo constroem em seus discursos institucionais paradigmas relacionais sobre o meio social do tabagismo. São estudados os discursos da Souza Cruz e do Ministério da Saúde.

PALAVRAS-CHAVE: Discursos, Tabagismo, Comunicação Organizacional, Sociedade.

1 Introdução Teórica

Compreender a realidade é uma árdua e constante tarefa. O ser humano nasce e busca por um ‘porto seguro’ no qual consiga se desenvolver física, mental e socialmente. Algo que permita olhar o que está ao seu redor e tecer impressões sobre o ambiente no qual se insere e, por consequência, encontrar a própria identidade. Determinado contexto social, por exemplo, pode ser uma das múltiplas lentes pelas quais é possível observar e entender a realidade em que se vive. Segundo a perspectiva de Berger e Luckman o organismo humano apenas admite caráter de sujeito a partir do momento em que se estabelece em relação com o universo.

O organismo humano, por conseguinte, está ainda desenvolvendo-se biologicamente quando já se acha em relação com seu ambiente. Em outras palavras, o processo de tornar-se homem efetua-se na correlação com o ambiente. Esta afirmativa adquire significação se refletirmos no fato de que este ambiente é ao mesmo tempo um ambiente natural e humano [...] Mas a forma específicas em que esta humanização se molda é determinada por essas formações sócio-culturais, sendo relativa às suas numerosas variações [...] A relatividade empírica dessas configurações, sua imensa variedade e exuberante inventividade indicam que são produtos das formações sócio-culturais próprias do homem e não de uma natureza humana biologicamente fixa. (BERGER e LUCKMAN, 2007, p.71-73).

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Jornalista, especialista em comunicação empresarial e mestre em comunicação e sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. É professor colaborador do Curso de Especialização em Comunicação Empresarial e membro da equipe de marketing do Grupo Privilège Brasil. E-mail: raphael.paradella@gmail.com



Se viver é estar dentro de um complexo sistema simbólico formado por um entrecorte de vozes, chamado de cultura (HALL 2006), a percepção sobre a própria ideia do sujeito – sobre a identidade – também pode ser vista pela multiplicidade de óticas. O que Hall conceitua como sendo polifonia trata do cerne das acepções do Interacionismo Simbólico e dos Estudos Culturais, nos quais embasamos tal pesquisa. Se entender a própria identidade é perceber aquilo que dizem ou/e digo que sou, o eu é construído por diferentes vozes em um processo de aceitação ou negação entre aquilo que se mostra coerente ou diferente no íntimo entendimento pessoal ou no âmbito social compartilhado. “A realidade cotidiana contém esquemas tipificadores em termos dos quais os outros são apreendidos, sendo estabelecidos os modos como ‘lidamos’ com eles[...] Assim, apreendo o outro como ‘homem’, europeu’, ‘comprador’, ‘tipo jovial’, etc”.(BERGER e LUCKMAN, 2007, p. 49).

Os mesmos processos sociais que determinam a constituição do organismo produzem o eu em sua forma particular, culturalmente relativa. O caráter do eu como produto social não se limita à configuração particular que o indivíduo identifica como sendo ele mesmo (por exemplo, como ‘um homem’, de maneira particular em que esta identidade é definida e formada na cultura em questão), mas com o equipamento psicológico amplo que serve de complemento a essa particular configuração (por exemplo, emoções ‘viris’, atitudes e mesmo reações somáticas). Não é preciso dizer, portanto, que o organismo e, ainda mais, o eu não podem ser devidamente compreendidos fora do particular contexto social em que foram formados. (BERGER e LUCKMAN, 2007, p. 73-74, 102).

O tempo cronológico, as condições geográficas, os grupos de relacionamento, os rituais e cerimônias, as aspirações pessoais, o consumo, as crenças, o idioma e as práticas culturais são elementos linguísticos que permitem leituras da realidade. Segundo Homi Bahbah (2001), os artifícios de afirmação e negação se articulam constantemente e alteram parâmetros comportamentais. Não é possível conceber o mundo sem entender a retroalimentação constante da multiplicidade por meio dos discursos. Ou seja, é entender as lentes pelas quais se observa a realidade, partindo de um processo interpretativo. É importante lembrar que quando falamos sobre linguagem, não nos reduzimos aos sistemas de signos e símbolos verbais. Falamos em discurso na acepção mais ampla do termo, a perspectiva da comunicação.

Na linguagem do senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são compartilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. É em cima dessa fundação que ocorre o natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade ao grupo em questão. Em contraste com o ‘naturalismo’ desta identificação, a abordagem discursiva vê a identificação como uma construção como um processo completado – como algo sempre ‘em processo’. (SILVA et al., 2005, 106).



Mikhail Bakhtin (1995) trava um paralelo entre pensamento político e a filosofia da linguagem. Para ele, a consciência humana é o cerne da ideologia política que se manifesta por meio da linguagem provida a partir de um sujeito fisicamente posicionado na sociedade. Segundo o autor, a palavra vista enquanto objeto isolado se percebe em instâncias sólidas, inserida no sistema normativo da língua (verbalização). Contudo, a linguística – enquanto estudo da linguagem – deve se ater às enunciações, interessando o relacionamento do cenário contextual vigente com as escolhas estruturais da língua, em busca de perceber as entonações ideológicas e valorativas.

As características da palavra enquanto signo ideológico [...] fazem dela um dos mais adequados materiais para orientar o problema no plano dos princípios. Não é tanto a pureza semiótica da palavra que nos interessa na relação em questão, mas sua ubiqüidade social. Tanto é verdade que a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. É, portanto, claro que a palavra será sempre o indicador mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados. (BAKHTIN, 1995, p. 41)

Ou seja, a palavra constitui sentido a partir do contexto, ao mesmo tempo em que se percebe como objeto de transformação social. Ao estudar as práticas cotidianas, o autor reforça que o contexto é tido a partir da dialógica, ou seja, pela interação. O texto apenas pode ser formulado dentro de um sistema social, portanto a manifestação linguística constitui-se naturalmente como um diálogo entre objetivos, metas, razões e possibilidades de alteração do cenário (BAKHTIN, 1995). Compreender o contexto em que os discursos são construídos parte da difícil tarefa de perceber a rede de aspectos simbólicos que se cruzam e norteiam o discurso, entendendo, portanto, quais as mudanças ideológicas propostas por tais sujeitos.

Assim sendo, os atores sociais juntos constroem a realidade por meio da linguagem. E a contemporaneidade, norteada pela lógica do consumo (linguagem, símbolos, bens materiais ou não etc.), expõe as organizações como fonte discursiva e, portanto, como sujeito de relacionamento a partir das práticas de comunicação. As empresas, instituições públicas, privadas ou não governamentais começaram a assumir um papel ativo na constituição das relações sociais (TORQUATO, 2008). Como pano de fundo, este artigo visa contribuir para os estudos sobre as maneiras como os discursos institucionais contribuem para a construção e transformação de diferentes realidades. Neste caso, adotamos o cenário do tabagismo como foco e, portanto, as organizações diretamente relacionadas a ele para o desenvolvimento desta pesquisa (o Ministério da Saúde e a Souza



Cruz). Tal estudo faz parte da dissertação de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

2 Metodologia

Em estudos anteriores entendemos a identidade dos fumantes e as relações de consumo, tópicos sobre a constituição da democracia brasileira, os conflitos e convergências entre discursos sobre a identidade dos consumidores e questões de saúde. No presente, damos enfoque ao diálogo entre o Ministério da Saúde e a Souza Cruz, buscando vislumbrar possibilidades enunciativas sobre as relações sociais estabelecidas no cenário do tabagismo. A escolha das duas organizações se deu por serem, respectivamente, a representante pública e regulamentar do poder público brasileiro e uma das maiores produtoras nacionais de tabaco, detentora de populares marcas de cigarros.

Adotamos a perspectiva analítica baseada nas teorias linguísticas de Bakhtin por considerá-la apropriada para buscar as respostas para nosso objeto de estudo. Perceber de que forma organizações podem delimitar características imaginárias sobre identidades e diferenças nas relações sociais parte da noção de que estas transmitem, por meio das práticas comunicativas, aspirações ideológicas em vista de uma reorganização da realidade. “A enunciação constitui a âncora da relação entre a língua e o mundo; ela permite representar fatos no enunciado. Constituindo, ela própria, um fato, um acontecimento único definido no tempo e no espaço” (VIZEU, 2004, p.146). A adoção da dialógica de Bakhtin busca cruzar posicionamentos para tentar entender as formas de interação e difusão de interesses dos atores (contexto).

Propomos a análise de discurso dos textos institucionais publicados nos sites oficiais de cada organização – não sendo enquadrados textos de balanços de gestão, notícias, documentos ou recursos multimídia (critério de texto de caráter institucional, que retrate o posicionamento verbal escrito da organização) – em vigor no segundo semestre de 2011. Material institucional “fixo” e disponível ao acesso de grande parte da sociedade como posturas assumidas por ambas as polaridades no mesmo sistema comunicativo. Como nosso estudo não se restringe aos efeitos dos discursos, o contato público com os materiais analisados não é o foco.

No caso da Souza Cruz, foram selecionados os textos presentes em sete *links* derivados do endereço eletrônico www.souzacruz.com.br. Para a compreensão do posicionamento do Ministério da Saúde utilizamos o sitio www.inca.gov.br/tabagismo, por ser o Instituto Nacional do Câncer (Inca) o responsável pela questão do tabagismo. Com a perspectiva de criar um diálogo entre as partes, adotamos o método da análise de caráter



investigativo e interpretativo a partir da categorização comum. Bakhtin (1992) afirma que é preciso fazer a desconstrução dos textos, buscando por possíveis expressões e estruturas enunciativas. A categorização comum é uma forma para agrupar expressões de acordo com o caráter enunciativo que agrega, utilizadas para uma análise dialógica.

Nossa avaliação, em tais níveis, buscará tornar evidentes possíveis aspectos enunciativos de ambas as partes, tendo como principal critério o não julgamento de valores (não é o papel científico do estudo tendo em vista que as organizações assumem papéis diferentes na sociedade). Também buscamos compreender: os posicionamentos assumidos pelas organizações em relação aos demais atores sociais; demandas da vida em sociedade; as redes de relacionamento estabelecidas; e como pode-se entender os próprios papéis.

3 O cenário para a Souza Cruz (SC)

Os apontamentos para o ato de fumar enquanto fator social se manifesta pela citação de expressões como “cultura”, “sociedade”, “relacionamento”, “grupos sociais”, “camadas da sociedade”, “populares”, “ambientes sociais”, “história” etc. A seguinte citação ganha destaque por apontar enunciações sobre a vida social do tabagismo:

Fumar é um ato complexo e traz consigo um ritual que envolve vários sentidos, além de aspectos sociais, culturais e comportamentais. Fumantes descrevem desde o prazer de sentir um cigarro entre os dentes, até o sabor e aspectos visuais associados ao consumo do produto. Além disso, especialmente em ambientes sociais, o ato de fumar envolve uma ‘sensação de compartilhamento’ com outros fumantes. [grifos do autor] (SOUZA CRUZ, 2011)

Somos direcionados a perceber o “fumar” enquanto “ritual”, ou seja, como senso coletivo de partilha, que traduz convenções, tradições, aspirações culturais e representações simbólicas (DAMATTA, 1997). O cigarro pode ser considerado um símbolo de ritualização partilhado entre os fumantes. Um símbolo carregado de sentidos que segmenta socialmente os indivíduos que o partilham – característica identitária que define um grupo social. A ritualização do ato de fumar retoma, até os dias atuais, as origens do costume de utilização do tabaco, enquanto rituais da cultura indígena. (CARVALHO, 2012).

Se “[...] fumar ou deixar de fumar é algo individual e depende apenas da escolha pessoal.” (SOUZA CRUZ, 2011), a decisão torna o indivíduo parte de uma coletividade, em um processo dicotômico entre o individual e o coletivo. Grupo este que se caracteriza pelo conhecimento público sobre suas particularidades: “[...] a maioria das pessoas conhece fumantes e ex-fumantes”. Estes, por outro lado, assumem o fumar enquanto algo “prazeroso”, “habitual” e do “dia-a-dia”. São consumidores que se caracterizam pela



“exigência”, “pedem”, “demanda” e se “relacionam”, a partir de bases no “conhecimento” e na “consciência”. Isso possibilita que “[...]hoje os consumidores pedem [peçam] empresas mais transparentes e presentes em parcerias com a sociedade civil e com os governos na solução de questões relevantes para o estabelecimento de uma sociedade mais justa” (SOUZA CRUZ, 2011).

Se primariamente essa identidade é marcada pelo ato de consumir derivados de tabaco, a alteridade é marcada pelo não consumo. Neste aspecto, a SC se posiciona como ponto de convergência entre ambos os grupos e explora a zona natural de conflito entre os jogos interesses: “A Souza Cruz tem trabalhado no desenvolvimento de programas que visam acomodar os interesses de fumantes e não-fumantes”. Os grupos detêm interesses, muitas vezes, divergentes e em processo de disputa de espaço, mas as particularidades devem ser levadas em consideração para a construção de uma sociedade “justa” e sem privilégios, como enunciação do senso comum – aquilo que é socialmente acordado.

A suposta pressão social em cima das organizações produtoras de tabaco faz com que vivam em “padrões de comportamento”, adotando “crenças”, “princípios”, “valores” e “significado”, em um sistema contínuo de “ação social”, “progresso”, “comprometimento” e “amadurecimento da sociedade brasileira”, nas “grandes questões mundiais”. Cria-se a utopia de “um mundo melhor” e “mais justo”. Harmonia possível pelo “diálogo contínuo entre os diferentes grupos de relacionamento”, “debate” e “relacionamento”.

[...] a sua forma de uso, bem como os riscos associados ao seu consumo, são amplamente conhecidos tanto pela população geral, como pela comunidade médica e pelo próprio Estado que, ciente de se tratar de produto de risco inerente, autoriza e fiscaliza a sua comercialização, mediante a imposição de elevada carga tributária e restrições regulatórias (SOUZA CRUZ, 2011).

Tendo em vista que “os produtos de tabaco são legais” e que “existem mais de um bilhão de fumantes no mundo”, o Governo Brasileiro pode ser enquadrado pela metáfora do ditador, tendo em vista que é “[...] um dos países mais rigidamente regulamentados no mundo”. A SC “concorda” com os riscos que o produto traz à saúde, mas, “defende” uma “regulamentação sensata”, que “preserve o direito da indústria do tabaco regularmente estabelecida de operar e competir” e “garanta o direito de consumidores adultos, conscientes dos riscos, optar por consumi-los”. Neste caso, a busca pelo equilíbrio se alinha aos aspectos da “democracia”, tendo em vista que algumas “decisão[sões] governamental[is] teria[am] graves consequências econômicas e sociais para o país”.

O “mito do herói” descrito por DaMatta (1997)³ pode ser resgatado a partir desta visão. A SC “[...] sabe que seu papel na sociedade brasileira vai muito além” e “[...] ao

³ Como aquele que irá libertar o povo. O ente patriótico defensor dos ideais criados pela sociedade.



posicionar-se como uma agente de mudanças sociais do país” busca pelo “engajamento no esforço de todos os brasileiros por uma sociedade justa e solidária”, livrando os oprimidos do poder tirano do Estado. Contudo, ao contrário do que possa parecer, os oprimidos não são apenas os fumantes – que passam a ser taxados como “viciados” e “doentes” pela sociedade geral – mas, também, a indústria e os produtos de consumo – é claro, em instâncias enunciativas diferentes.

[...] talvez não seja surpreendente o fato de que as pessoas começaram a se voltar para as grandes empresas para buscar orientação que diferentes culturas nacionais, comunidades e narrativas inspiradoras ofereciam no passado de forma mais intensa. (ARGENTI, 2006, p. 8)

A Constituição brasileira é concebida com base em preceitos liberais de democracia, como de igualdade e liberdade, independentemente de classes sociais ou outros aspectos de associação humana⁴. Assim sendo, Bobbio(1992) reafirma a garantia de três aspectos básicos do direito que visam garantir a manutenção desta noção democrática de sociedade: Direitos Civis⁵; Direitos Políticos⁶; e Direitos Sociais⁷. A SC busca por enunciar certa reclamação pública ao exercício dos direitos democráticos, para o cumprimento de seu papel enquanto personagem/cidadão da vida pública.

A organização pede para si o direito civil de liberdade, em um processo de construção da tensão social, afirmando que possui o direito de comercializar e se relacionar. Ou, pelo menos, os mesmos direitos dados aos demais atores sociais que se assimilam pela função comercial: “Acreditamos que a regulação do tabaco deve ser regida por boas práticas legislativas, que incluam consulta também àqueles que compõem o setor regulado, assim como qualquer outro ramo de atividade regulamentada” (SOUZA CRUZ, 2011). Para isso, conclama os consumidores e, até mesmo, os não consumidores – incluindo outras esferas do processo produtivo, como os agricultores - a se organizarem em prol desta objetivação

⁴ “O cidadão é o homem livre, o ser humano portador de direitos[...]” (GENTILLI, 1995, p. 123).

⁵ Victor Gentilli (1995) conceitua, primeiramente, a noção de Direitos Civis, como sendo o direito à individualidade. Segundo ele, essa perspectiva advém da emergência do ator social denominado “consumidor” no processo econômico liberal. Essa perspectiva admite ainda uma determinada ordem contra o Estado, ou seja, na luta pela não interferência na noção de liberdade – direito tido como fundamental por Norberto Bobbio (1992). Contudo, se faz necessário pensar o potencial do direito civil de não assumir apenas uma perspectiva individual, mas, também como o acúmulo de forças no sentido de preservar esse direito à liberdade. “A atuação dos indivíduos em liberdade para ser assegurada necessita que o estado não invada e nem impeça que as pessoas ‘consumam’ como cidadãos” (GENTILLI, 1995, p. 118). Gentilli retoma a discussão sobre a constituição do direito civil como sendo o elemento de fomento para as tensões sociais.

⁶ Já no sentido dos direitos políticos, Gentilli (1995) apresenta uma conceituação com base no acesso da sociedade em geral à participação da política e na representatividade no poder. Temos, portanto, a concepção de um sistema legislativo mais democrático, na qual a polifonia possa exigir o papel do direito à igualdade perante às leis. Contudo, Gentilli reforça que na medida em que determinado direito se constitui como legitimado, passa a podar de alguma forma algum outro direito antes existente, seja da mesma camada social ou de outras (com interesses diversos).

⁷ Os direitos sociais, diferentemente dos que antecedem, se trata da garantia do bem-estar social e das necessidades básicas do ser humano por parte do sistema político. Ou seja, a garantia do “acesso a certas oportunidades e a certas condições que não seria possível pela origem social” (GENTILLI, 1995, p. 126).



imaginária construída. Uma espécie de união de forças contra a opressão (espírito de revolta).

Por outro lado, enuncia-se que os consumidores já não tem seus interesses representados pelas autoridades políticas, portanto, há um rompimento de duas facetas dos direitos políticos: a primeira diz respeito às medidas que restringem a manifestação das próprias identidades – pelo consumo -, enquanto representação de posicionamentos políticos na sociedade; a outra se refere à possível dificuldade de estabelecimento da relação de representação política. A Souza Cruz, além de reforçar tal perspectiva, se posiciona como alternativa para o vislumbamento de novas possibilidades de representação pública destes interesses, ou seja, a organização acaba enunciando-se como novo possível representante político da sociedade.

A SC propõe um “[...] intenso contato com diversos segmentos da sociedade brasileira.”, a partir da noção de que “[...]Ouvir as expectativas legítimas destes segmentos a respeito do negócio do fumo e cigarros é a parte central do processo” (SOUZA CRUZ, 2011). A organização se porta como representante capaz de cuidar dos direitos sociais, evidenciados pelos seguintes campos: Social – “beneficiar comunidades locais”, “impacto nas comunidades”, “construção coletiva”, “atividades comunitárias”, “patrimônio humano”, “projetos sociais”, “capital social” e “investimento social corporativo”; Macro-ambiental – “responsabilidade social”, “meio ambiente”, “preservação”, “sustentabilidade”, “fontes renováveis de energia”, “menor impacto no meio ambiente”, “projetos ambientais”, “parques ecológicos”, “reservas”, “matas” e “biodiversidade”; Cultural – “arte”, “entretenimento”, “espaço cultural”, “anfiteatros”, “mostras e exposições”, “cultura” e “obras de arte”; Educação – “textos”, “leituras”, “livros”, “reflexão”, “importância de estudar”, “escolas”, “orientadores”, “manuais”, “consciência”, “educação”, “conhecimento”, “ensino” e “formação”; e a produtividade em relações de trabalho – “cultura agrícola”, “desenvolvimento”, “cria empregos”, “parceria”, “sistema integrado” e “trabalho”; e economia – “mercado”, “exportação”, “lucro”, “tributos”, “comércio exterior” e “economia”.

A “insensatez” é direcionada evidentemente às ações do Estado, que se apóia em pesquisas científicas possivelmente refutáveis e na resistência ao diálogo, resultando em supostas inconsistências legislatórias, a exemplo da passagem sobre regulamentação dos componentes dos cigarros.

Em todo o mundo, os órgãos de saúde pública estabelecem regras específicas para a adição de ingredientes em produtos para o consumo humano. Para cigarros, alguns países possuem legislações específicas que estipulam quais ingredientes são de uso permitido, como por exemplo, a



Alemanha, a França, a Inglaterra e outros países europeus. A Souza Cruz somente utiliza ingredientes em acordo com essas legislações específicas. O Brasil não possui uma legislação específica para regulamentar os ingredientes adicionados ao cigarro. Porém, é importante ressaltar que a Souza Cruz somente utiliza ingredientes que estão de acordo com a legislação brasileira de alimentos, além de obedecer a critérios dos mais importantes países europeus como comentado, e passa ainda por um rigoroso controle de testes internos para a aprovação de uso. Todos os ingredientes adicionados ao cigarro são informados anualmente à ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ressaltando-se, inclusive, a quantidade máxima utilizada em cada marca. Adicionalmente, qualquer modificação na quantidade informada, deve ser comunicada a Agência. (SOUZA CRUZ, 2011)

Neste trecho, enunciam-se alguns aspectos: o atraso político legislativo brasileiro, em relação aos países desenvolvidos; a iniciativa privada se antecipando aos atos governamentais; e uma inversão de papéis entre reguladores e regulados. Ou seja, a Souza Cruz dota-se de “respeito ao consumidor” e busca as normas mais eficientes para a “autoregulamentação” e apenas informa aos governantes sobre o que está sendo feito. Há, portanto, a noção de que o Estado é insensato e não se atém aos tópicos realmente importantes.

É possível encontrar passagens em que os antagonismos são quase sublimados, na questão do mercado ilegal de cigarros. Visto como “ameaça” e “concorrência desleal”, comerciantes de “produtos de “qualidade duvidosa” e “ilícitos” causam “riscos” e “prejuízos a todos” (“fumantes”, “não-fumantes”, “governo”, “fumicultores”, “indústria” e “sociedade geral”). A arena da guerra é, mais uma vez, elencada: “Todas as empresas do grupo *British American Tobacco* têm o compromisso de trabalhar em conjunto com governos e organizações internacionais no combate ao comércio ilegal” (SOUZA CRUZ, 2011). Ainda sim, o tópico ainda se configura como espaço para divergências. A SC atribui a culpa à legislação brasileira, com o caráter de “estímulo à ilegalidade” (“O lucro fácil, as baixas penalizações existentes para o crime de contrabando/descaminho e as dificuldades de fiscalização [...]” (SOUZA CRUZ, 2011)).

4 O cenário para o Ministério da Saúde (MS)

A mesma instância conflituosa observada anteriormente, se manifesta no caso do Ministério da Saúde. Em primeira vista, há certa convergência discursiva sobre a realidade do tabagismo como sendo um “[...]quadro extremamente complexo”. Para o representante do poder público, “a magnitude do fenômeno do tabagismo ultrapassa as questões específicas do biológico e traz consequências na vida social, cultural e econômica” (INCA,2011). Visto que todos os agentes são, de certa forma, consumidores (produtos, informações e discursos) o MS apresenta a contemporaneidade como sendo um inter-



relacionamento entre eles e as nuances do cenário apenas podem ser compreendidas a partir das mútuas influências. Idealizam disputas simbólicas e as “demandas sociais” dos “diferentes grupos”. Em um discurso baseado na disputa discursiva com as indústrias tabagistas, o processo de guerrilha também é evidente. As seguintes citações - retiradas de *links* distintos - reforçam essa ideia (INCA, 2011):

[...] a indústria fumigeira passou a adotar estratégias na tentativa de reconstruir sua imagem junto ao público, e dar a impressão de que é contra o consumo de tabaco entre os jovens.

[...] com estratégias inovadoras e mais adequadas às novas necessidades, aqui incluídas a construção social e compartilhada de conhecimento e habilidades para encarar esse desafio.

A primeira, diz respeito às estratégias de legitimação discursiva (pelo contexto histórico midiático) adotada pela indústria tabagista em exercer influência ao público. A segunda, por outro lado, apresenta a compreensão do cenário do tabagismo uma construção coletiva. Perspectiva reforçada por expressões, como “cultura”, “ao longo da história”, “socialmente” e os tópicos de senso comum. As noções de construção social da realidade se tornam evidentes, a partir da utilização de elementos simbólicos valorizados culturalmente como “beleza”, “horror”, “sucesso”, “liberdade”, “poder”, “inteligência”, “sucesso”, “infelicidade”, “relaxamento”, “dependência” e “independência”, por exemplo.

O desafio do MS está na aparente tentativa de reverter a perspectiva positivista do tabagismo, construída socialmente pelas atividades estratégicas das indústrias. “A divulgação dessas idéias ao longo dos anos, e o desconhecimento dos graves prejuízos causados à saúde pelo tabaco, tornou o hábito de fumar um comportamento socialmente aceitável” (INCA, 2011). O termo “aceitável” também se traduz como pejorativo, como aquilo que não merece espaço. Contudo, “considera-se que culturas e hábitos são passíveis de mudanças somente a longo prazo”. Alterações de hábitos e convenções partem de tensões sociais e advém de transmissões simbólicas entre gerações culturais.

As constantes tentativas de descredibilização do discurso da indústria consistem na busca pela interferência dos preceitos simbólicos tidos como consolidados socialmente na cultura, em uma “busca por culturas alternativas”, “entender[endo] o fenômeno globalmente e agir[indo] localmente”. “[...] apesar de a indústria do tabaco se posicionar publicamente de uma forma, suas verdadeiras intenções são completamente opostas” (INCA, 2011). Segundo os textos, as estratégias da SC visam atingir pontualmente novos atores sociais, como: “jovens” – “reservas de reabastecimento”, “em formação”, “influenciáveis”, “novos”, “gerações futuras”, “reforçar o comportamento rebelde dos adolescentes” e “crianças”; “mulheres” – “estão adotando papéis mais dominantes na sociedade”, “controle do tabaco específico para o gênero”, “feminino”, “casadas” e “reprodutivo”; desfavorecidos



– “faixas economicamente mais pobres” e “menor escolaridade”. Confirmando que “essas estratégias funcionam de forma favorável aos interesses econômicos da indústria do tabaco”, pois “o uso do cigarro[...] tem sido manipulado como símbolo de emancipação social da mulher”. Tal citação se torna, também, interessante: “A nova inserção da mulher na sociedade nas últimas décadas tem trazido avanços no sentido de torná-la mais feliz com seu papel e conquistas, mas, alguns custos são resultantes desse avanço. (INCA, 2011)

Vilaniza-se a SC no sentido de atribuir nuances de falsidade às representações simbólicas difundidas pela organização, que visam apenas os próprios interesses. Os fumantes são tidos como fantoches por sua característica de facilmente influenciáveis. Se o MS propõe a mudança no cenário social, a SC vai ao contrário, a perpetuação da cultura do tabagismo e contra a manutenção da saúde coletiva (tópico em evidência na cultura contemporânea). Como percebido, a disputa social se encontra travada com a necessidade de estabelecer os territórios de atuação de cada polaridade, como aliados e inimigos, em um “jogo” de interesses.

Objetivando transformações da realidade social, o MS busca influenciar o ambiente cultural no qual os consumidores estão inseridos. Aos fumantes, são destinados o “controle do tabaco”, “restrições”, “tratamento” e o chamado “Programa de Controle do Tabagismo e Outros Fatores de Risco de Câncer”, que propõe ações “desenvolvidas em parceria pelas três instâncias governamentais – federal, estadual e municipal – para capacitar e apoiar os 5.561 municípios brasileiros e abrangem as áreas da educação, legislação e economia” (INCA, 2011). São processos de “educação” e “prevenção” (tabagismo enquanto doença). Contudo, ao analisarmos tais bases, percebemos a atuação voltada para outros agentes que compõem o ambiente. Ao falar sobre o “tratamento do tabagismo no Sistema Único de Saúde”, vemos a explanação sobre “protocolos”, “portarias”, “regimentos”, “cadastro nacional”, “coordenação”, “procedimentos”, “orientações”, “treinamento” e “financiamento”, correspondentes a “hospitais”, “Unidades de Saúde”, “postos de atendimento”, “Secretaria Estadual de Saúde”, “coordenação estadual”, “Secretarias Municipais de Saúde”, “Ministério da Saúde”, “Comissão Intergestores Tripartite” e outros agentes institucionais.

O “Programa Saber Saúde” propõe atuação em “escolas”, como “melhor lugar para o desenvolvimento de ações preventivas”, pois “atua como referência de comportamento”. São ações “educativas”, “informar”, “educar”, “capacita”, “projeto pedagógico”, “livros”, “vídeos”, “cartilhas”, “guias”, “revistas”, “adesivos”, “cartazes” e “material”, desenvolvidos para “crianças”, “adolescentes”, “representantes das Secretarias Estaduais de Saúde e Educação”, “profissionais das Secretarias Municipais de Educação”, “professores”,



sobre os “riscos de câncer” e “controle do tabagismo”. São “preventivas”, “formar cidadãos críticos”, “contribuam para a saúde” e “fazer escolhas conscientes”, sendo que “o público alvo é formado por alunos do Ensino Fundamental (6-14 anos)”(faixa etária fora das estimativas do MS para o consumo do tabaco). Já os “alunos do ensino médio (15-18 anos) são agregados ao processo como multiplicadores” (faixa etária de início do consumo), “recebendo para isso capacitação especial”. O programa parece retirar o foco dos tabagistas das nas ações.

Há uma aparente tendência ao isolamento social do tabagista, enquanto manifesta-se por meio de tal hábito de consumo. Enquanto “agressores”, os fumantes devem ser realocados no espaço urbano – “ambientes separados” - para que se evite a “convivência”. Propõe-se a construção de “ambientes livres” da “poluição tabagística”, portanto, da condição expressiva do consumo. “Fumar em ambientes fechados prejudica as pessoas com quem o fumante convive: filhos, cônjuge, amigos, e colegas de trabalho” (INCA, 2011), causando “redução na qualidade de vida do fumante e de sua família”.

A conscientização dos arredores em relação aos “riscos do uso dos cigarros” leva, por consequência, uma possibilidade de marginalização do fumante (ser marginal – à margem de; periférico), com “restrições” na “convivência” humana em locais como “escolas”, “bares”, “casa”, “domicílio” e “ambientes de trabalho”. Tais questões se evidenciam por construções frasais como “tem prevalecido o bom senso da população” e “[...] [publicidade] procura criar a impressão, [...] de que o tabagismo é muito mais comum e socialmente aceito do que é na realidade”. Há a tentativa de criação de um imaginário coletivo de que tal “hábito de consumo” deve ser repudiado – portanto, quem o exerce - em busca de uma utópica sociedade “livre do tabaco”, “[...] família e a escola a se tornarem espaços livres do consumo de derivados do tabaco” e em “prol da saúde coletiva” (o bem maior). “[...] objetivo de reduzir a exposição da população ao tabagismo”. Contudo, se isso se revela como sendo fator evidente, a presente metodologia não permite aferir.

O mito do herói, mais uma vez, vem à tona designando ao MS o caráter de livrar a população dos males causados pelo consumo do cigarro. Neste âmbito elenca-se a enunciação de pelo menos dois dos três direitos democráticos. Em primeira instância, é nítida a manifestação do direito social, pois ao defender e garantir a saúde e minimizar possíveis “problemas”, enquanto tópico básico, para uma “maioria”. Por outro lado acaba podendo, de certa forma, o direito a liberdade da “minoridade” (direito civil). Enquanto herói, a instituição se coloca como líder ideológico e defensor de “um bem maior”, no desenvolvimento de estratégias de representação das classes menos favorecidas de consciência crítica e das classes que compactuam das ideologias propostas (tensões sociais):



Atualmente, as legislações locais de promoção de ambientes 100% livres de fumo têm sido questionadas judicialmente, sob o argumento da inconstitucionalidade. Na esfera federal, observa-se o retardo da votação do projeto de lei 315/08 que visa proibir nacionalmente o ato de fumar em recintos coletivos fechados. Organizações dos setores de alimentação, hotelaria e entretenimento vêm realizando um forte lobby junto aos parlamentares federais para que a medida não seja aprovada. A justificativa é um possível impacto da proibição de fumar em bares e restaurantes sobre a clientela e o lucro destes estabelecimentos, que não se verificou em nenhum país, estado ou município que já implementou a medida. (INCA, 2011)

As tensões sociais se manifestam, em primeira instância, no campo da economia. Os interesses privados de organizações e pessoas são barreiras e “desafios”, em um processo contínuo de embate entre as esferas privada e pública. “Embora um primeiro estudo [...] ainda existe uma grande necessidade de aprofundar o conhecimento sobre a realidade do Brasil no que se refere a sua condição de país produtor e de maior exportados mundial de folhas de fumo”(INCA, 2011). O MS concorda que “a economia do tabaco é um assunto cada vez mais presente na agenda pública e vem se fortalecendo [...]” e se percebe muitas vezes confuso em relação à dois tópicos: “reduzir o consumo” e “elevar a arrecadação tributária”. Segundo os textos analisados, o “tabagismo gera uma perda mundial de 200 bilhões de dólares no mundo por ano”(grifo do autor) em saúde. Mas, também agrega grande carga tributária aos cofres públicos. Mas, tais fatores podem funcionar em concordância, tendo em vista que “elevar” a carga tributária é proporcional à redução do consumo pelos “integrantes das camadas mais pobres”. O consumo de cigarros representa um fator de delimitação entre as classes sociais, no quesito à capacidade de poder aquisitivo.

Também destacam-se aspectos negativos para todos os atores da cadeia produtiva do tabaco: o produtor rural vive uma situação de “dependência” do plantio, sujeito a danos à saúde e situação de dominação (CARVALHO, 2012); os consumidores têm “danos” financeiros, de saúde, sociais e psicológicos; os órgãos legisladores se vêm em constante pressão para a aplicação jurídica de medidas e as vantagens econômicas nacionais, além das brechas encontradas nas legislações que favorecem o emplacamento de novas estratégias de atuação da indústria – diminuição da capacidade de exercer autoridade (socialmente concebida e idealizada); Sociedade médica também se encontra na pressão para o desenvolvimento de pesquisas, grupos e técnicas mais apuradas para atuação e tratamento; a sociedade geral está à mercê da “Poluição Tabagística Ambiental (PTA)” que se apresenta “contra à saúde pública e bem estar da população” (INCA, 2011), sendo responsável pelo custeio de uma variedade de tratamentos e como “[...]fator agravante da fome e da pobreza”. Questões que ainda colocam as autoridades anti-tabagistas em “conflito”, “[em]



falta de consenso” e “[vista de uma] variedade de métodos”, ou seja, em discurso muitas vezes contraditório.

A “Convenção Quadro de Controle do Tabagismo” (CQCT), da qual o governo brasileiro é signatário e por meio da qual são propostas iniciativas contra o tabagismo, é descrita com a utilização de termos técnicos referentes aos ramos do direito, da política e da administração, como “ratificação”, “agenda estado” e “mecanismos de financiamento bilaterais e multilaterais”. Em um processo de discussão travado entre órgãos do governo e dos demais poderes, além de grupos institucionalizados da sociedade, em reuniões específicas. Já as audiências públicas são colocadas como forma de “mobilização”, “convencimento” e desmistificação. O único setor produtivo envolvido relatado pelos textos é o dos fumicultores, que entraram nas discussões a partir de uma pressão contrária da classe temerosa pela expectativa de diminuição das condições de exercício da atividade de agricultura do fumo. Tal fator enuncia de forma relativa o pouco acesso de certas camadas da sociedade às discussões que tangem o assunto e ao poder de decisão.

5 Considerações finais

As organizações enquanto produtoras de discursos e ‘viventes’ em certa realidade se posiciona politicamente dentro dela e contribui para a transformação e/ou criação de novas realidades. Tendo em vista que nenhum discurso é neutro por si só, pois advém de uma interpretação inicial e compreensão deste ‘start’, instituições e empresas são atores ativos no processo de sociabilidade humana. Sim, o discurso é estratégico e ideológico. No caso do cenário do tabagismo não seria diferente. As organizações, ao falarem sobre aquilo que são (posicionamento comunicacional institucional) também retratam o contexto, resgatam conceitos enraizados na cultura vivente, traduzem aspectos da alteridade e, neste processo relacional, constituem o cenário. Ou seja, as práticas de comunicação organizacional podem ser entendidas como fonte de conhecimento sobre certas realidades.

No decorrer do discurso das organizações, vemos enunciações convergentes – não necessariamente no conteúdo, mas na forma como se posicionam: o cenário do tabagismo necessita de uma figura de liderança que conduza a realidade para novos cenários; a figura do fumante e/ou ato de fumar está cada vez mais à margem das relações sociais; e que formalmente são polaridades opostas, mas também assumem aceitações do posicionamento do outro, sempre baseados nos preceitos de liberdade de ação e consumo. O interessante desta investigação é perceber que os pontos de convergência partem de um processo de convencimento e que estes forçam o outro para um reposicionamento discursivo. Isso expõe uma retroalimentada disputa de poder, sim o poder de influenciar o imaginário coletivo



social em prol de uma mobilização, seja a favor ou contra aspectos do tabagismo. Este trabalho contribui para compreendermos a realidade em que vivemos.

6 Referências

- APPERSON, George, L. **The Social History of smoking**. London: The Ballantyne Press, 1914.
- ARGENTI, Paul. A. **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. 4. Ed. RJ: Elsevier, 2006.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BAUMAN, Zigmunt. **Globalização: As conseqüências humanas**. Tradução: Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- _____. **A Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BERGER, P. L.; LUCKMAN, T. **A construção social da realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.
- BHABHA, Homi. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.
- BOBBIO, N. **A Era dos Direitos**. Trad: Carlos Coutinho – Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BOEIRA, Sérgio. L. **Atrás da Cortina de Fumaça: Tabaco, tabagismo e Meio Ambiente**. Estratégias da Indústria e dilemas da crítica. Itajaí: Ed. Univali, 2002.
- CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Trad.: Maurício Santana Dias. 7ª Ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora UFRJ, 2008.
- CARVALHO, Raphael. **DISCURSOS EM CINZAS: olhares sobre as representações identitárias de fumantes segundo discursos institucionais**. Dissertação de mestrado – PPGCOM/UFJF, 2012.
- DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: Para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- FREITAS, Sidinéia G.; GUERRA, Maria José. **Poder, Cultura e Comunicação Organizacional – Contribuições da Teoria Semiótica**. In: VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2007.
- GENTILLI, Victor. **Democracia de Massas: Cidadania e Informação**. 217 f. Dissertação de Mestrado – Escola de comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2006.
- INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER**. Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/tabagismo>>. Acesso em: out. de 2011.
- LEAL, Bruno Souza. **A Comunidade como projeto identitário**. In: MAIA, Rousiley e CASTRO, Maria C. P. S. **Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006. p.183-192.
- LUCK, Steve. **The Complete guide to cigars**. Bath: Parragon, 2008.
- MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Ed. Atlas, 1996.
- OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, A. T. N. (Org.) **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.
- SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- SOUZA CRUZ**. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br>. Acesso em: maio 2011.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: Conceitos, Estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.
- _____. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- VIZEU, A. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.