

## Το τσιγάρο βλάπτει! Τα νέα “άσφαλή” υποκατάστατα;

Γαλήνη Φούρα, δημοσιογράφος.

“Ξέρουμε ότι το τσιγάρο βλάπτει και η μόνη ενδεχόμενη αντίδραση για μια επιχείρηση είναι να βρει και να εμπορευτεί λιγότερο βλαπτικά προϊόντα”. Η όμολογία του εκπροσώπου της μεγαλύτερης καπνοβιομηχανίας στον κόσμο στο BBC δημιούργησε άποριες στο Κοινό. Πρόκειται για αυτοκριτική, που περιέχει ένα ήθικο μήνυμα ή αναδιπλωση που συνδέεται με το μάρκετινγκ; Όχι, η συγκεκριμένη καπνοβιομηχανία δεν προτίθεται να κλείσει τα εργοστάσιά της με τζιρο εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ το χρόνο. Αντίθετα, έχει επενδύσει τρία δισεκατομμύρια δολάρια σε ένα νέο “πιο ασφαλές” προϊόν. Και οι ανταγωνίστριες εταιρείες προετοιμάζονται να βγάλουν στην αγορά τα δικά τους πιο “άσφαλή” προϊόντα, με τα οποία υποστηρίζουν ότι περισσότεροι καπνιστές θα διακόψουν το κάπνισμα. Ένα είδος ηλεκτρονικού τσιγάρου, το οποίο απέτυχε στο σκοπό του, αλλά δημιούργησε μια νέα κατηγορία πελατών που “απμίζουν” αντί να “καπνίζουν”.

Με τα νέα προϊόντα οι εταιρείες συνεχίζουν να υπόσχονται ότι η πλειοψηφία των καπνιστών θα σταματήσει το κάπνισμα! Δεν είναι η πρώτη φορά. Στο παρελθόν προωθήθηκαν τα light, τα slim και προσφάτως τα τσιγάρα μενθόλης, που έχουν πιο ευχάριστη γεύση για να προσελκύσουν νέα παιδιά και γυναίκες. Η Αμερικανική Υπηρεσία Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) έχει ώστόσο επισημάνει τους κινδύνους από το “καμουφλάζ” της μέντας. Ανέναντι στα μέτρα, που υιοθέτησαν οι ανεπτυγμένες χώρες για την διαφήμιση και το κάπνισμα στους δημόσιους χώρους, οι καπνοβιομηχανίες αναζητούν τρόπους να αντεπιθεθούν. Σε πρώτη φάση επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στις χώρες χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος, πολλές από τις οποίες έχουν χαλαρή νομοθεσία με στόχο πάντα τα παιδιά και τους νέους, που επηρεάζονται από τη διαφήμιση.

Στον δυτικό κόσμο υπόσχονται “το τέλος των τσιγάρων”, όπως τα γνωρίζουμε, για να ξεπεράσουν τους κανονισμούς για τη διαφήμιση. Μέχρι να βγούν στο εμπόριο τα νέα προϊόντα τους δεν καταθέτουν τα όπλα. Παρότι οι κυβερνήσεις ψηφίζουν αυστηρά μέτρα κατά του καπνίσματος, σε αρκετές χώρες, όπως η Ελλάδα, αυτά εφαρμόζονται κατά περίπτωση ή καθόλου. Την ίδια στιγμή εισπράττονται με την φορολογία δισεκατομμύρια για τις τρύπες των κρατικών προϋπολογισμών. Ένα ήχηρο επιχείρημα που επικαλούνται οι πολιτικοί, στην εποχή που η ανεργία αποτελεί σοβαρότατο κοινωνικό πρόβλημα, είναι ότι η μείωση της κατανάλωσης θα επιφέρει μεγάλη απώλεια θέσεων εργασίας από την παραγωγή και εμπορία του καπνού.

Υπάρχουν και άλλα σοβαρά επιχειρήματα, που διαστρεβλώνουν την αλήθεια και παράγουν μύθους γύρω από το κάπνισμα. “Είναι αναφαίρετο δικαίωμα του καθενός να καπνίζει και γενικά να διαθέτει το σώμα του όπως επιθυμεί” λένε.... Η τραγική αλήθεια είναι ότι πρόκειται για ένα έγκλημα κατ’ έξοκλόουθηση. Κάθε εφτά δευτερόλεπτα ένας άνθρωπος στον κόσμο σκοτώνεται από το τσιγάρο. Πρόκειται για την πιο σοβαρή επιδημία μεταμφιεσμένη σε ευχαρίστηση.

Το κάπνισμα σκοτώνει εκατομμύρια το χρόνο και αρκετοί ενημερώνονται ή αναγκάζονται για λόγους υγείας να εγκαταλείψουν την βλαπτική αυτή συνήθεια. Η καπνοβιομηχανία πρέπει να αντικαταστήσει τους πελάτες που χάνει. Και ο μόνος ύπαρκτος στόχος είναι τα παιδιά. Τα μέσα ενημέρωσης και ο κινηματογράφος τους δίνουν την ευκαιρία να προσεγγίσουν τη νεολαία. Η προώθηση γίνεται με εικόνες και μηνύματα, που αντανακλούν το σύστημα αξιών των εφήβων. Λέγεται ότι οι έφηβοι, που βλέπουν συχνά τους αγαπημένους τους ήθοποιους στην οθόνη να καπνίζουν, είναι 16 φορές πιθανότερο να αντιμετωπίσουν θετικά το κάπνισμα. Γι’ αυτό και η βιομηχανία πληρώνει τεράστια ποσά στους παραγωγούς ταινιών. Στο 87% των κορυφαίων επιτυχιών των box office την περίοδο 1988-1997 απεικονίζεται κατά μέσον όρο χρήση καπνού πέντε φορές ανά ταινία. Η πρακτική αυτή λέγεται “τοποθέτηση προϊόντος”.

Οι περισσότεροι καπνιστές έθιζονται στην νικοτίνη και επιλέγουν την αγαπημένη τους μάρκα τσιγάρων στην έφηβεια. Όχι στους δέκα ενήλικους ξεκίνησαν πριν τα δεκαοκτώ. Περίπου τα μισά παιδιά συνεχίζουν για δεκαπέντε – είκοσι χρόνια τουλάχιστον να επιβαρύνουν την υγεία τους χωρίς λόγο.

Στην Ελλάδα το κάπνισμα μειώθηκε σημαντικά στους νέους την περίοδο 1997-2003. Από τότε όμως μειώνεται αργά. Το ηλεκτρονικό τσιγάρο αποτελεί ένα νέο κίνδυνο, καθώς γίνεται μόδα και προωθείται ως ασφαλές. Τί κάνουμε; Η απάντηση στη βιομηχανία και στα νέα “άσφαλή” προϊόντα της είναι: **“Ούτε μιά ρουφηξιά. Το κάπνισμα σκοτώνει. Η διακοπή του είναι η μόνη υγιεινή απάντηση”**. ☺