

## **EMPRESAS TABAGISTAS E A MENSAGEM SUBLIMINAR**

**Carlos Alexandre Moraes;** Maria Luiza Begnossi; Lilian Rosana dos Santos  
CESUMAR - Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

(Orientador)  
- , - Paraná

Você saberia responder o que é uma publicidade subliminar? É bem provável que não, porém com certeza já foi vítima dela. Nas propagandas subliminares, são passados estímulos produzidos abaixo do limiar da consciência, e que produz efeitos na atividade psíquica ou mental, pois o receptor não percebe que está recebendo, seja ela visual ou auditiva. Assim, o nosso subconsciente capta e assimila sem barreira alguma e que acaba a influenciar nossas escolhas, atitudes, motivar a tomada de decisões posteriores. Mensagem subliminar é dotada da arte da persuasão, seu alvo é o subconsciente das pessoas. É aquela mensagem que é passada em um baixo nível de percepção que apenas nosso subconsciente absorve e assimila, ocorre como se fosse uma hipnotização. Por definição, subliminares diz-se da publicidade que esforça em alcançar o subconsciente das pessoas, podendo interferir na sua conduta do sujeito, sem que o mesmo perceba, dessa forma ferem a ética ou a boa-fé. Causa interferência no poder de decisão do consumidor. A mensagem subliminar, mais antiga que temos notícias está registrado na Bíblia, no Livro de Gênesis, capítulo 30, versículos 37-43, em um acordo trabalhista realizado entre Jacó e Labão, onde o primeiro receberia como forma de pagamento as crias das ovelhas que nascessem listradas, salpicadas e malhadas. O objetivo das mensagens subliminares é controlar a mente humana, as mesmas não são percebidas pelo receptor, que se torna um consumidor/escravo desses produtos, pois lhe é subtraído o direito de escolha, o cérebro humano absorver involuntariamente. O objetivo é demonstrar que as empresas tabagistas utilizaram propagandas subliminares para induzir as pessoas a decisão de fumar. Utilizou-se metodologia científica, onde foram utilizados inúmeros materiais bibliográficos, entre eles parecer do Instituto de Criminalística/PCDF. As imagens analisadas foram feitas a partir da digitalização da propaganda do cigarro Free e confirmada a utilização da mensagem subliminar, os não fumantes, acreditam que as propagandas de cigarro estimulam o comportamento de fumar, por passar a idéia de que é algo prazeroso. Essas propagandas influenciam nossas atitudes sem que percebemos. Não deixando direito de escolha aos consumidores, agem no psíquico impulsionando o consumidor a agir de determinada forma ou a adquirir determinado produto, sem necessidade. A persuasão é um mecanismo de convencimento utilizado pelos meios de comunicação de massa, e muito utilizado principalmente pelas empresas tabagistas, esse mecanismo pode ultrapassar ou não as bases racionais da publicidade.

[moraes@cesumar.br](mailto:moraes@cesumar.br)