

## A QUESTÃO PSICOLÓGICA E O VICIO AO TABAGISMO

**Carlos Alexandre Moraes:** Maria Luiza Begnossi  
CESUMAR - Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

(Orientador)  
- , - Paraná

A Organização Mundial da Saúde classifica o cigarro como uma droga, a OPAS – Oficina Pan-Americana de Saúde considera-o uma droga psicotrópica, ou seja, uma droga que age no cérebro do usuário, modificando o seu funcionamento, e conseqüentemente alterando o comportamento deste. É de conhecimento que a arte de fumar era exclusiva dos índios e que esse hábito foi difundido na Europa e posteriormente no mundo. É público e notório que o uso do cigarro é vício e causa dependência (uma subordinação de uma pessoa ou de uma coisa a um poder mais elevado), assim fica o fumante frente ao cigarro, existe uma submissão daquele a este, o primeiro não consegue viver sem o segundo, quando tenta ocorre à chamada: síndrome de abstinência, que consiste na existência de determinados sintomas principalmente fisiológicos, mas também psicológicos resultantes da interrupção abrupta ou diminuição acentuada do consumo de uma substância. O cigarro causa uma dependência psíquica (uma sensação de necessidade do consumidor frente a um produto que causa uma obrigação de adquiri-lo independentemente da necessidade), porém isso causa uma sensação de satisfação e uma dependência física (quando o organismo está adaptado fisiologicamente ao consumo de uma droga), quando dessa privada surgem alguns sintomas como, por exemplo: irritação, nervosismo e angústia. O fumante continua fumando não por vontade própria, mas porque se tornou um dependente da droga. O objetivo é demonstrar que as empresas tabagistas utilizam cada vez mais de psicólogos, no sentido de atingir a subjetividade do homem, na busca de convencê-lo. As propagandas são sempre voltadas a um mundo perfeito: associam o produto a: sucesso, liberdade, sensualidade, poder, masculinidade, esportes entre outros, no intuito de controlar a subjetividade humana. As empresas tabagistas têm em seus slogans tudo que o ser humano normalmente busca: o sucesso, a decisão inteligente, um raro momento de prazer, para quem tem bom gosto, mais pelo seu dinheiro. São slogans que foram durante os anos impregnados de forma sutil, no subjetivo humano. Utilizou-se a metodologia científica, onde foram utilizados inúmeros materiais bibliográficos. Os meios de comunicação de massa têm papel muito importante na sociedade, um grande poder de persuasão, dessa forma o psicólogo passou a ter um papel de destaque nas empresas de publicidade, pois este mais do que ninguém tem conhecimento aprofundado sobre a subjetividade do homem.

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