

#SaborQueMata: Marcas de cigarros com sabores crescem no Brasil

ACT pede que STF proíba os aditivos em julgamento marcado para 21 de junho

Um novo relatório da Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health (JHSPH) revela que cigarros com sabor estão sendo vendidos a poucos metros de escolas, contribuindo para um aumento na venda de tabaco com sabor na região da América Latina.

Os dados revelam que marcas de tabaco com sabor das maiores empresas de tabaco do mundo, incluindo British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco International e Philip Morris International (PMI), estão sendo vendidas em 85% dos varejistas de tabaco a menos de 250 metros de escolas pesquisadas na Argentina, Brasil, Bolívia, Chile e Peru. Mais de 74% dos cigarros com sabor observados tinham sabor de menta e mentol– um aditivo que torna os cigarros ainda mais viciantes. Outros sabores incluíram cereja, daiquiri, mojito, frutas, álcool e especiarias.

No Rio de Janeiro, foram observadas 86 áreas escolares e identificados 205 pontos de venda que vendiam cigarros, dentro de um raio de 175 metros das escolas. Cigarros mentolados e de outros sabores foram identificados em 80% dos locais pesquisados. Nestes locais, os produtos estavam exibidos em 99,4% das vezes e em 52,4% foi observado também publicidade de cigarros mentolados e outros sabores. Em 45,7% dos locais a propaganda e o produto exibido podiam ser vistos de fora do estabelecimento.

“Os aditivos nos cigarros deveriam estar proibidos desde 2013 no Brasil, mas devido à liminar obtida pela Confederação Nacional da Indústria, em nome da indústria do tabaco, a resolução publicada pela ANVISA foi suspensa. Desde então aguardamos o julgamento pelo STF, que está marcado para 21 de junho. Esta questão dos aditivos é ainda mais crítica quando se sabe que 90% dos fumantes começam a fumar até os 19 anos, e 55% dos jovens preferem preferir cigarros saborizados, explica Mônica Andreis, vice-diretora da ACT Promoção da Saúde. O relatório pode ser lido na íntegra em www.saborquemata.org

Dados obtidos por meio da Lei de Acesso à Informação mostram que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) vem recebendo cada vez mais pedidos de registro de marcas de cigarros com sabores e, entre os anos de 2012 e 2016, os registros desses produtos tiveram um aumento de 1.900%.

A ACT Promoção da Saúde pede ao Supremo Tribunal Federal que proíba o uso de aditivos de sabores ao cigarro, em julgamento que está previsto para acontecer em 21 de junho. A organização lançou a campanha online #SaborQueMata, que apresenta um hotsite e uma petição online, para que os ministros do STF julguem e proíbam os aditivos. A campanha inclui, ainda, o último depoimento da médica Verónica Hughes, que faleceu de câncer de pulmão em decorrência do tabagismo logo depois. No vídeo, ela conta que se tornou dependente de cigarros na adolescência, fumando cigarros mentolados para conquistar o primeiro namorado.

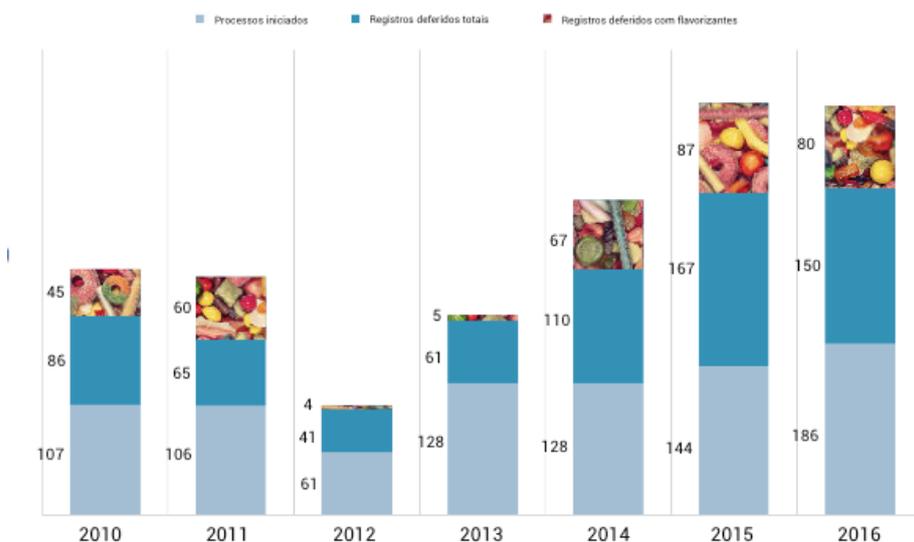
A QUESTÃO DOS ADITIVOS

De forma pioneira, os aditivos em cigarros foram proibidos em 2012 no Brasil, por meio de norma da ANVISA (RDC 14/2102), após mais de dois anos de debates intensos, audiências públicas, ampla participação da sociedade civil, inclusive da indústria do tabaco, e estudos da área técnica daquela agência. Entretanto, a norma não chegou a entrar em vigor, em 2013, por uma liminar concedida pelo STF em ação proposta pela Confederação Nacional da Indústria. Desde então, aguarda-se o julgamento dessa ação.

Entre 2007 e 2010, o número de marcas com sabor praticamente dobrou, representando 22% dos cigarros à venda em 2010, enquanto que em 2007 esse número era 10%. Em 2010 foram registradas 45 marcas de cigarros com sabor, e 60 em 2011. Nos anos de 2012 e 2013, período em que a ANVISA abriu consulta pública para proibir o uso de aditivos em produtos de tabaco e aprovou a norma correspondente, houve expressiva redução de registro de cigarros com sabor: 4 e 5, respectivamente.

Assim, como a partir de 2013 a ação no STF ficou paralisada, a indústria do tabaco pôde dar continuidade à sua estratégia de negócio para expandir o comércio de cigarros com sabores característicos, conforme evidenciam os dados de 2014, quando 67 marcas com flavorizantes foram registradas na ANVISA, 87 marcas em 2015, e 80, em 2016.

REGISTROS DE NOVOS PRODUTOS DE TABACO



A proibição dos aditivos nos cigarros segue diretrizes da Convenção Quadro para o Controle do Tabaco, primeiro tratado internacional de saúde pública promovido pela Organização Mundial da Saúde.

De acordo com a CQCT, os países devem adotar e implementar políticas que proíbam o uso de todos os aditivos de sabores e aromas nos produtos de tabaco, proibir o uso de embalagens e rotulagens enganosas, proibir todas as formas de propaganda direta e indireta, promoção e patrocínio, incluindo os displays dos produtos nos pontos de venda.

Mais informações
 Anna Monteiro, Diretora de Comunicação
 (21) 2255-0520 / (21) 99718-2349

