

Audiência Pública – Senado Federal 21 de novembro de 2018

APOIO AO PLS 769/2015 Autoria do Senador José Serra

- Institui a adoção de embalagens padronizadas
- Proíbe a propaganda comercial de cigarros em pontos de venda
- Proíbe o uso de aditivos de sabores e aromas

Embalagens padronizadas

- Os objetivos da medida são:
 - ✓ Reduzir a atratividade e o apelo dos produtos de tabaco para os consumidores, particularmente os jovens.
 - ✓ Aumentar a visibilidade e a efetividade das advertências sanitárias obrigatórias.
 - ✓ Reduzir a capacidade das embalagens de confundirem os consumidores sobre os efeitos prejudiciais à saúde provenientes do tabagismo.
- As embalagens atuais dissimulam a aparência de um produto que causa forte dependência e comprovados malefícios à saúde.
- Há padronização do local em que a marca aparece, cor, tamanho e tipo de fonte para o nome da marca.
- Com a medida houve o crescimento na procura de ajuda para cessação do tabagismo na Austrália.
- A percepção dos fumantes após a adoção da medida é de:
 - ✓ Maior ciência dos efeitos nocivos do tabaco
 - ✓ Maior atenção às advertências sanitárias
 - ✓ Maior aprovação das medidas de controle do tabaco

- Em 2012, a Austrália adotou as embalagens padronizadas o que contribuiu para que a taxa de fumantes no país tivesse a queda mais acelerada das últimas duas décadas.
- Pesquisa realizada na Austrália, em 2015 mostrou uma queda na proporção de fumantes de 19% para 18,5%, ou seja, queda de 0,5 pontos percentuais na prevalência do tabagismo na época da implementação das embalagens padronizadas de cigarros. Isso equivale a aproximadamente 118 mil australianos fumando como resultado direto da adoção da medida.
- A Suprema Corte de Justiça decidiu em favor do governo australiano e considerou que a medida é válida, uma vez que o país não adquiriu a propriedade da marca, nem o direito de uso.
- A medida já foi debatida pela Organização Mundial do Comércio, e em 28 de junho de 2018, foi emitida decisão que confirma que a lei australiana não viola nenhum acordo de comércio internacional ou propriedade intelectual.
- A marca permanece como propriedade da empresa fabricante, mas o uso fica restrito nas embalagens por questão de saúde pública.
- Outros países já adotaram e implementaram a medida: França (2016), Reino Unido (2016), Nova Zelândia (2018), Hungria (2018), Irlanda (2017), Noruega (2017), Canadá, Geórgia, Romênia, Eslovênia, Tailândia e Uruguai.

Mercado Ilícito - Contrabando

- Não há evidências de que embalagens padronizadas podem aumentar o comércio ilícito de produtos de tabaco.
- Assim como a adoção de embalagens padronizadas, o combate ao contrabando é uma das medidas previstas na Convenção Quadro para o Controle do Tabaco – artigo 15.
- A oferta de produtos ilícitos de tabaco além de ser uma questão de polícia, é também um problema de saúde pública, pois estes produtos não respeitam as

regras de regulamentação do tabaco, já que vendidos sem advertências sanitárias e mais acessíveis, tanto pelo preço como pela facilidade para compra.

- Em 2018, o Brasil ratificou o **Protocolo sobre o Mercado Ilícito de Produtos de Tabaco** - instrumento de cooperação internacional.
- Seu objetivo é aparelhar os Estados Parte da Convenção Quadro para combater o contrabando, descaminho e evasão fiscal dos produtos de tabaco; facilitar a cooperação no combate ao crime organizado envolvido nessa ilegalidade e impedir que fabricantes de cigarros escapem do controle fiscal imposto pelos Estados Partes do Protocolo.
- Assim, contra o contrabando e mercado ilícito temos o **Protocolo sobre o Mercado Ilícito de Produtos de Tabaco**, não cabendo inibir uma política pública como a adoção de embalagens padronizadas.

Proibição de publicidade de produtos de tabaco

- A Constituição Federal determina que a propaganda comercial de tabaco estará sujeita a restrições legais - artigo 220, §4º.
- Essa restrição à propaganda deve ser total, de forma a proibir toda e qualquer forma de promoção de produtos de tabaco, com o objetivo de reduzir a iniciação ao tabagismo e o número de fumantes.
- A propaganda de um produto tem o poder de influenciar e promover as suas vendas. E no caso do tabaco, não há razão para se promover um produto que causa dependência e causa doenças e mortes.
- 90% dos fumantes inicia o tabagismo antes dos 18 anos, conforme dados da OMS, período em que há evidente deficiência de julgamento para se presumir que houve uma decisão consciente para o tabagismo.
- A publicidade de cigarro faz apologia de um produto que acarreta danos à saúde, o que traduz seu caráter abusivo e enganoso, levando o consumidor a se comportar de forma perigosa à sua saúde (artigo 37, §§ 1º e 2, do Código de Defesa do Consumidor).

- **Em parecer jurídico, o Professor Doutor Virgílio Afonso da Silva¹ demonstra que é constitucional a proibição total da publicidade de produtos de tabaco.**
- ✓ A propaganda destes produtos não realiza o direito à informação. Ao contrário, “é algo que pretende convencer o indivíduo a comprar algo que faz mal a sua saúde, não importa de que forma, com que frequência e em que quantidade for consumido”.

Publicidade institucional e responsabilidade social corporativa da indústria do tabaco

- ✓ É cada vez mais comum as empresas de tabaco apresentarem-se como boas cidadãs corporativas, fazendo contribuições para causas merecedoras ou, de outra maneira, promovendo elementos “socialmente responsáveis” de suas práticas comerciais.
- ✓ Esta estratégia de publicidade visa dissociar a imagem da empresa com o produto que ela fabrica e comercializa, que causa forte dependência, mais de 50 doenças e risco de morte.
- ✓ **Não se dissocia a publicidade institucional da publicidade do único produto que fabricam e comercializam, responsável por matar um em cada dois consumidores regulares.** Portanto, essas empresas não podem ter o direito de realizar campanhas para promover e melhorar sua imagem, e com isto se beneficiar de um olhar mais complacente da sociedade e de uma postura mais flexível do governo, mostrando-se socialmente responsável como corporação.
- ✓ **Sobre a revista Traços – convidado André Noblat:** revista patrocinada pela Phillip Morris, é uma tremenda distorção achar que uma empresa multimilionária como esta corre o risco de quebrar por causa das medidas antifumo. Se ela interromper financiamento de projetos de responsabilidade social é por que não quer mais investir e não por falta de recursos. Se o interesse social é real, não deveria ser vinculado apenas a exibição da marca na revista. E é vergonhoso que a revista se preste ao papel de defender uma empresa que mata metade de seus usuários e faz promoções de produtos que nada mais são do que drogas, para jovens, com o intuito de torna-los dependentes. Qualquer veículo de comunicação deveria ser isento, e

¹ http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/284_parecer_juridico_publicidade.pdf

não vir a público pra defender uma empresa que o mantém financeiramente. Se colocar na balança, será que a manutenção de uma revista local vale mais que as 157 mil vidas tiradas anualmente no Brasil devido ao consumo de cigarros? Na verdade ele deveria se questionar sobre a parceria que faz, pois não adianta ver apenas um lado da história, como se fossem duas empresas diferentes. A que o financia é a mesma que alicia crianças e jovens para a drogadição por meio do tabagismo. E vale lembrar que mesmo o Brasil tendo adotado já diversas medidas, o país continua há 25 anos como maior exportador de tabaco do mundo. Não estamos proibindo produção nem exportação nem comercialização.

Fumicultura

- ✓ O Brasil é o maior exportador de folhas de tabaco e o segundo maior produtor. Exporta mais de 80% da produção de fumo.
- ✓ Assim, medidas de controle do tabagismo não devem ser inibidas por risco à produção de fumo.
- ✓ Além disso, o governo deve fomentar o programa já existente para diversificação da cultura do tabaco, para que as famílias produtoras plantem alimentos e produzam leite e ovos, e não tabaco.

FONTES:

1. **Revisão Pós-implementação das Embalagens Padronizadas de Cigarros**
Artigos científicos apontam a efetividade da medida na Austrália, primeiro país a adotar a medida (2012)
Secretaria Executiva da Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco
Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA) – Ministério da Saúde – 19/08/2018
2. **Notas Técnicas para o Controle do Tabagismo – Embalagem Padronizada de Produtos de Tabaco; elaborado pelo Ministério da Saúde - Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA) - Instituto Nacional de Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ).**

http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/embalagem_padronizada_produtos_tabaco_notas_tecnicas.pdf

3. **Notas Técnicas para o Controle do Tabagismo – Protocolo para Eliminar o Comércio Ilícito de Produtos de Tabaco; elaborado pelo Instituto Nacional de Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ).**

<http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/4850e580415dd94ea586e7c6d1aa65ee/Artigo+15o.+Nota+T%C3%A9cnica+-+Com%C3%A9rcio+Il%C3%ADcito+do+Tabaco.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=4850e580415dd94ea586e7c6d1aa65ee>