

Brasília, 23 de novembro de 2011

Referente ao PLV 29/2011

**Exposição de motivos para Veto Presidencial**

A **Aliança de Controle do Tabagismo - ACT**<sup>1</sup> acompanhou a votação no Senado Federal do Projeto de Lei de Conversão 29/2011 (originalmente Medida Provisória 540).

Este Projeto contém grandes avanços para a política de controle do tabagismo, a exemplo da mudança do modelo tributário do IPI para produtos derivados de tabaco. Alíquotas fixas e *ad valorem* mais altas, além do estabelecimento de preços mínimos e a previsão de reajustes periódicos até 2015, junto com a criação de ambientes livres de tabaco e a proibição da publicidade em pontos de venda, são conquistas da Saúde Pública que merecem destaque, e estão de acordo com a Convenção Quadro para o Controle do Tabaco – CQCT (Decreto 5.658/2006).

No entanto a aprovação do PLV 29/2011 foi polêmica. Vários senadores da base aliada e da oposição manifestaram-se contrários ao retrocesso que alguns pontos do texto representam para a saúde pública. Os líderes do governo no Senado e no Congresso Nacional, bem como o líder do PT, declararam o compromisso do governo em vetar as concessões feitas à indústria do tabaco.

A alteração que o artigo 49 do PLV traz para o parágrafo 5º, e a introdução dos parágrafos 6º e 7º, no artigo 3º da Lei 9294/96, limitam o poder regulatório da ANVISA já estabelecido na Lei 9782/99, e retrocedem nas medidas de advertências sanitárias e restrição da publicidade.

A ANVISA promove desde dezembro de 2010 um processo de consulta pública para ampliação das advertências sanitárias que compreendem 50% da parte frontal das embalagens e 60% de outras peças publicitárias, com previsão de entrada em vigor tão logo a norma regulatória seja publicada. Já o texto do PLV 29/2011 determina que a ampliação das advertências deverão ser somente de 30% e com entrada em vigor a partir de 2016. A saúde pública não pode esperar tantos anos para adoção de medidas comprovadamente eficazes para redução do tabagismo.

Ademais, a introdução do parágrafo 7º autoriza “qualquer modalidade de informação ou comunicação” que se refira à empresa ou instituição fabricante de cigarros e afins “visando à disseminação de sua marca e imagem”. O que é uma evidente contradição com relação às melhores práticas e aos esforços do Brasil de restringir a publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco, relacionados à implementação do artigo 13 da CQCT, cujo prazo para adoção pelo Brasil é 2011.

---

<sup>1</sup> A Aliança de Controle do Tabagismo (ACT) é uma organização não governamental dirigida à promoção de ações para diminuir o impacto, sanitário, econômico, social e ambiental gerado pela produção, consumo e exposição à fumaça do tabaco. A ACT coordena ainda uma Rede composta por aproximadamente 600 associados entre profissionais e instituições interessadas em coibir o avanço da epidemia do tabagismo. Nossa missão é contribuir para a implementação da CQCT, suas diretrizes e seus protocolos no Brasil.

A permissão da publicidade institucional da empresas fabricantes de cigarros e afins representa um claro e notório retrocesso na política nacional de controle do tabaco. São empresas que fabricam um produto responsável por matar um em cada dois consumidores regulares e portanto 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.

A partir dos primeiros estudos científicos que evidenciaram a relação entre tabaco e doenças, entre elas o câncer, as empresas de tabaco desenvolveram a prática de patrocinar eventos de todos os tipos, equipes esportivas, projetos culturais, ecológicos e indivíduos, fornecendo-lhes apoio para as atividades, promoções e serviços. Em contrapartida, desenvolveram uma imagem favorável e o reconhecimento institucional e de suas marcas. Além disso, fomentam a ideia de que os cigarros e afins são socialmente aceitáveis e até desejáveis, para um estilo de vida ligado ao esporte, à cultura, às artes, ao meio ambiente, à responsabilidade social etc.

A sociedade civil está alerta em defesa da Saúde Pública, para que esta prevaleça sobre os interesses econômicos de um setor industrial responsável pela morte de cerca de 200 mil brasileiros ao ano, e de pelo menos sete pessoas não fumantes por dia, expostos involuntariamente à fumaça ambiental do tabaco (fumantes passivos), segundo dados do Instituto Nacional do Câncer José de Alencar – INCA/2008.

Diante do exposto, a ACT, respeitosamente, requer que a Excelentíssima Senhora Presidenta **vete as seguintes alterações do artigo 3º da Lei 9294/96 promovidas pelo artigo 49 do PLV 29/2011 aprovado em 22/11 no senado:**

*“§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais.”*

*“§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal.”*

*“§ 7º As restrições estabelecidas neste artigo não se estendem à divulgação institucional dos fabricantes, assim compreendida qualquer modalidade de informação ou comunicação que não se refira ao produto em si, mas sim à empresa ou instituição, visando à disseminação de sua marca e imagem e não à promoção de seus produtos.”*

Na certeza do compromisso do governo federal com a saúde pública, colocamo-nos à disposição para discutir a matéria.

Sinceramente,

**Paula Johns**  
Diretora Executiva