

PROJETO DE LEI n.º de 2011
(do Sr. Alexandre Roso)

Altera a Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, que “dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do artigo 220 da Constituição Federal”.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga que as embalagens e os maços de produtos fumíferos, comercializados no país, contenham mensagens e ilustrações que promovam a conscientização sobre os benefícios que advém do abandono do consumo do tabaco e dos estilos de vida sem tabaco.

Art. 2º Os §§ 3º e 4.º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º

.....

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumíferos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no *caput* deste artigo conterão, além da advertência mencionada no § 2º, expressões que promovam os benefícios que advém do abandono do consumo do tabaco, ambas acompanhadas de imagens que ilustrem o sentido das mensagens.

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º e as mensagens referidas no parágrafo anterior serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

.....NR”

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo é considerado pelas instituições internacionais de saúde como o maior desafio de saúde pública do mundo, sabidamente, pelos inúmeros malefícios decorrentes do vício de fumar. Segundo informações da Organização Mundial da Saúde (OMS), um terço da população mundial adulta fuma habitualmente¹, o que leva a questionar a efetividade das advertências sanitárias antitabágicas. Estas são capazes de dissuadir um indivíduo de fumar?

A respeito, existem alguns estudos revelando que a utilização de advertência com imagens chocantes como política antitabagismo não têm o condão de mudar a conduta do fumante, mormente porque a mensagem negativa leva à rejeição, e muitas maneiras há para dissociar as imagens agressivas do risco efetivo à saúde do indivíduo.

Trata-se de um processo conhecido, na área da psicologia, como dissonância cognitiva. Ou seja, o fumante sempre encontrará maneiras para reduzir o desconforto produzido pela publicidade negativa, afinal, este mantém o vício justamente porque vislumbra mais benefícios do que riscos no hábito de fumar.

¹ <http://www.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=dadosnum&link=mundo.htm>

Com efeito, em processo de dissonância cognitiva, há quem se incomoda com as advertências e compra invólucros especiais para acondicionar os maços; retira o papel laminado e o usa para cobrir as imagens; ou quem escolhe imagens menos agressivas. E ainda há um grande número de fumantes que simplesmente ignora as advertências.

Diante dessa dificuldade, a presente proposta de alteração tem por escopo superar os entraves impostos pela complexidade da realidade social, na qual os indivíduos reagem de forma diferenciada aos estímulos produzidos pelas advertências sobre o consumo do tabaco.

Por outro lado, a proposta também pretende dar maior amplitude à conscientização do público jovem, principalmente àquele que ainda não possui o hábito de fumar, expondo-lhe uma ótica das expectativas que se cumprem com a manutenção de hábitos saudáveis, longe do cigarro.

Não se pretende com a proposição em epígrafe excluir as advertências já existentes, até porque a própria Constituição Federal, no artigo 220, § 4.º, dispõe que a publicidade de produtos do tabaco deverá conter advertências sobre os malefícios do fumo.

Entretanto, é mais um elemento para coibir o aumento do consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, mormente diante do fato de que 90% dos fumantes começam a fumar antes dos 21 anos de idade, e de que se começa a fumar em idades cada vez menores.

O modelo brasileiro atual de política antitabaco toma por base o Tratado Internacional de Saúde Pública da Organização Mundial da Saúde - Convenção-Quadro sobre o Controle e Uso do Tabaco, ratificado pelo Brasil em 03 de novembro de 2005, devidamente aprovado pelo Congresso Nacional por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005 e promulgado pelo Presidente da República através do Decreto nº 5.658, de 02 de Janeiro de 2006.

Com efeito, destaca-se que a alteração pretendida está em plena consonância com o que dispõe a Convenção-Quadro para o Controle e Uso do Tabaco, cujo teor dispõe que poderão ser incluídas outras mensagens apropriadas nas carteiras unitárias e pacote de produtos de tabaco, mediante aprovação da autoridade nacional competente.

E ainda, propõe a referida Convenção sejam implementadas medidas legislativas que visem à conscientização da população sobre os benefícios que advém do abandono do consumo do tabaco e dos estilos de vida sem tabaco, através do uso de todos os instrumentos de comunicação disponíveis, *in verbis*:

“Artigo 12. Educação, comunicação, treinamento e conscientização do público

Cada Parte promoverá e fortalecerá a conscientização do público sobre as questões de controle do tabaco, utilizando, de maneira adequada, todos os instrumentos de comunicação disponíveis. Para esse fim, cada Parte promoverá e implementará medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas efetivas para promover:

(a) amplo acesso a programas eficazes e integrais de educação e conscientização do público sobre os riscos que acarretam à saúde, o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, incluídas suas propriedades aditivas;

(b) conscientização do público em relação aos riscos que acarretam para a saúde o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, assim como os benefícios que advém do abandono daquele consumo e dos estilos de vida sem tabaco, conforme especificado no parágrafo 2 do artigo 14;
[...]

Pois bem. Não raro crianças e adolescentes tem acesso a cigarros dentro de suas próprias casas, e são os principais alvos da indústria tabagista, no seu intento de angariar consumidores, aproveitando-se da suscetibilidade do jovem, que nesta fase vivencia a incorporação de hábitos e comportamentos que deverão fazer parte de sua vida adulta.

Porque não fazer uso deste instrumento como forma de levar aos jovens mensagens positivas sobre o hábito saudável de não fumar? Menciona-se que na Alemanha os maços de cigarros estampam imagens aliadas a expressões do tipo “Cigarro mata. Viver bem é viver com saúde”, para destacar as vantagens de não fumar (vide documento anexo).

Sabe-se que as ações de marketing das empresas tabagistas continuam a acontecer, na busca pela sobrevivência das indústrias do setor. Consequentemente, apresentar novas medidas e assumir novas posturas é essencial nas ações de prevenção e promoção da saúde.

Evidentemente que a pretendida alteração nenhum efeito fará isoladamente, razão porque campanhas de repercussão em massa devem ser reforçadas, cumuladas com esta e outras iniciativas, de sorte a causar o impacto desejado. Contudo, trata-se de mais uma “arma” para ser utilizada no controle e eliminação da droga que mais mata no mundo.

Contamos, assim, com o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 04 de outubro de 2011.

ALEXANDRE ROSO
Deputado Federal – PSB/RS