

(fevereiro/2015)

ORGANIZAÇÕES DA AMÉRICA LATINA LANÇAM CAMPANHA PARA DENUNCIAR ESTRATÉGIAS DA INDÚSTRIA DO TABACO PARA CONQUISTAR CRIANÇAS E JOVENS

A Aliança de Controle do Tabagismo e Saúde (ACT+), junto com outras organizações da América Latina, lança uma nova fase da campanha “Limite Tabaco”, nas mídias sociais. O objetivo é denunciar a indústria do tabaco por fazer propaganda de seus produtos para crianças e adolescentes. Para as organizações, é necessário que os governos fiscalizem a legislação a respeito do tema. No Brasil, a lei antifumo, que entrou em vigor em dezembro de 2014, proíbe a propaganda de produtos de tabaco nos pontos de venda, mas os fabricantes investem em displays criativos e na exibição dos maços, que funcionam como publicidade desses produtos.

Por isso, no Brasil, a ACT+ apoia o projeto de lei projeto nº 8303/2014, que implementa embalagens padronizadas para os produtos fumígenos derivados ou não de tabaco no Brasil. A proposta é que tenham cor única, sem quaisquer elementos gráficos da marca ou do fabricante. O nome da marca, tamanho e cor de sua fonte serão padronizados em regulamento a ser expedido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária. O projeto ainda prevê aumento do espaço para advertências sanitárias.

“Apesar das restrições já existentes para a publicidade de tabaco, vemos que a indústria do fumo busca encontrar brechas para continuar promovendo seu produto junto ao público jovem. A campanha evidencia que isto ocorre não apenas no Brasil, mas em toda América Latina. Por isso é importante adotar medidas como a venda embaixo do balcão, sem visibilidade, ou a adoção de embalagem padronizada de cigarros”, disse Mônica Andreis, vice-diretora da ACT+.

CAMPANHA

Como parte da campanha, as organizações divulgam um vídeo que mostra como a indústria do tabaco, em toda a América Latina, faz propaganda em pontos de venda de cigarros, que muitas vezes são expostos junto com balas e chicletes, para atrair crianças e jovens. Com isso, torna natural o consumo de tabaco, violando leis e aproveitando brechas na legislação.

Estudos científicos demonstram que a publicidade e a exibição de cigarros aumentam e induzem o consumo. Mesmo que na maioria dos países da região já existam leis que restringem a publicidade de produtos de tabaco, as organizações latinoamericanas pedem aos governos que proíbam totalmente a publicidade, incluindo a exibição destes produtos, de acordo com a Convenção Quadro para o Controle do Tabaco.



A campanha também conta com uma petição online em apoio ao PL nº 8303/2014, para que os maços de cigarros se tornem padronizados, tendência que vem sendo adotada por diversos países, como Austrália, Nova Zelândia, Reino Unido, França e Noruega. Na Austrália, a medida foi adotada em 2012 e estudos comprovaram que, um depois sua vigência, houve redução de 10% do consumo de cigarros.

Além da ACT+, fazem parte da campanha a Fundação Interamericana do Coração da Argentina e do México, e a Corporate Accountability International Colômbia, com apoio da Campanha for Tobacco Free Kids.

Para assinar a petição, acesse: <https://www.change.org/p/congresso-nacional-c%3%A2mara-dos-deputados-aprovem-o-projeto-de-lei-que-adota-embalagens-padronizadas-para-os-ma%3%A7os-de-cigarros-detendo-o-marketing-da-ind%3%BAstria-do-tabaco-direcionado-aos-jovens-e-adolescentes>

Contatos para imprensa:

Aliança de Controle do Tabagismo de Brasil

Anna Monteiro: + 55-21- 99718-2349 / anna.monteiro@actbr.org.br
@actbr
[facebook.com/ACTbr](https://www.facebook.com/ACTbr)

Fundación Interamericana del Corazón Argentina:

Camila Chidiak +54 9 11 3682 7681 / prensa@ficargentina.org
@ficargentina
facebook/ficargentina

Fundación Interamericana del Corazón México

Yahaira Ochoa Ortiz +52 55 52080020 / yahaira8aortiz@gmail.com
@FicMexico
[facebook.com/ficmexico](https://www.facebook.com/ficmexico)

Corporate Accountability International Colombia