

Revista Época, 22/12/2014

<http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2014/12/lei-antifumo-levanta-debate-liberdade-versus-regulamentacaob.html>

Lei antifumo levanta debate liberdade versus regulamentação

Paula Johns, diretora executiva da Aliança de Controle do Tabagismo e Saúde, defende que as medidas regulatórias são importantes para mudanças de paradigma na sociedade que propiciem comportamentos mais saudáveis

A polêmica promovida por setores econômicos que podem vir a ser impactados com leis regulatórias, como a lei antifumo, já é antiga. Os argumentos referentes à liberdade individual versus a ingerência do Estado passa ao largo de um debate ainda mais relevante, que é o das forças econômicas que incidem sobre as leis e políticas públicas. É público e notório que elegemos um Congresso ainda mais conservador do que o atual e que as últimas eleições foram as mais caras dos últimos tempos, financiadas por grandes empresas de vários segmentos. Segundo o Tribunal Superior Eleitoral, o total gasto neste ano com campanhas de todos os candidatos a deputado, senador, governador e presidente ultrapassou os R\$ 5.1 bilhões.

No caso das armas, o melhor exemplo é o Estatuto do Desarmamento, que entrou em vigor em 2003 e está em vias de ser derrubado, patrocinado pela indústria das armas, através de sua bancada da bala no Congresso Nacional. De acordo com o Centro Regional das Nações Unidas para a Paz, Desarmamento e

Desenvolvimento na América Latina e no Caribe, a campanha do desarmamento no Brasil é a segunda maior do mundo, ficando atrás da Austrália. Segundo a agência, a campanha do desarmamento fez com que a taxa de homicídios caísse de 27,4 para 18 a cada 100 mil habitantes, a primeira redução em décadas. Mas para a bancada da bala, a lógica é deixar que cidadãos de bem portem armas para combater a violência. Por trás dos panos, é aumentar o mercado para a indústria do armamento.

Um outro caso recente da força dos interesses econômicos foi a derrubada do artigo que tratava de publicidade voltada para crianças até 12 anos de idade, na votação sobre o marco legal da primeira infância, considerado um avanço na proteção dos direitos das crianças. Acompanhei as discussões, e muito me surpreendi ao ver dentre lobistas das mais diversas empresas, a maioria de alimentos, bebidas e de comunicação, representantes da Ambev e da Coca-Cola se articulando para se posicionar contrariamente ao artigo que tratava do tema, alegando que ali não era o espaço correto para tratar de publicidade infantil. Ora, se o marco legal da primeira infância debatido no Poder Legislativo não deve discutir esse assunto, confesso que não sei onde deveria ser. Tanto a Coca-Cola como a Ambev alegam não fazer publicidade para crianças até 12 anos e para menores de 18, no caso do segmento de bebidas alcoólicas. Se não miram esse segmento, por que são contrárias a uma lei que tão somente fala que a publicidade não pode ser direcionada para as crianças, e sim para seus pais?

Nos países onde vemos a qualidade de vida em primeiro plano, Suécia e seus pares escandinavos, por exemplo, não permitir publicidade voltada para o público infantil é uma obviedade. Aqui,

esbarra na velha disputa diversionista de dizer que o Estado está interferindo na liberdade individual e que toda e qualquer responsabilidade pelas "escolhas" dos filhos é somente dos pais, como se fosse possível educar num vácuo cultural e social, como se valores não fossem construídos também através das influências da criação de desejos e necessidades do mercado numa sociedade de consumo.

O caso do cigarro é um bom parâmetro histórico ao demonstrar que a criação de um contexto favorável, que necessariamente inclui medidas regulatórias, é um elemento importante em mudanças de paradigmas na sociedade que propiciem comportamentos mais saudáveis. O tabagismo está em queda na sociedade. Pesquisa divulgada nos últimos dias pelo IBGE constatou que o país tem 12.7% de fumantes acima de 18 anos. Os dados também mostraram que 52.3% dos fumantes pensam em parar por causa das advertências sanitárias nos maços de cigarros. A redução do tabagismo no país deve-se a um conjunto de políticas públicas adotadas pelos governos, como as advertências nos maços, restrição da publicidade, restrição ao fumo em locais fechados e as leis antifumo estaduais, o que contribui, por sua vez, para que as pessoas tenham cada vez mais informação sobre os malefícios do tabagismo, o que faz crescer a conscientização e reduzir a aceitação social do fumo.

Mas é preciso destacar que mesmo com todas as evidências dos malefícios do tabagismo e tabagismo passivo, dos problemas na agricultura do fumo e da comprovada efetividade de políticas públicas sobre o tema, o lobby da indústria do tabaco e de seus aliados é fortíssimo e muito presente em todas as esferas do poder.

Todas as políticas públicas de controle do tabagismo no país são questionadas na Justiça pela indústria do tabaco e suas entidades de classe, além do lobby existente para retardar ou impedir sua implementação. É o caso da lei antifumo nacional que, injustificadamente, levou três anos para sua regulamentação e finalmente entrou em vigor neste mês de dezembro.

Além disso, aliados da indústria do tabaco divulgam na mídia inverdades e mitos sobre a lei, visando confundir a opinião pública e desinformar. A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Abrasel, de quem a Souza Cruz é parceira, conforme indicado no próprio site da associação – anda questionando a lei porque alega trazer prejuízos ao setor. A lei, note-se, basicamente reproduz a lei antifumo paulista, que não ocasionou perda de faturamento no setor da hospitalidade. Ao contrário, dados da própria Abrasel revelam que dois anos após a lei paulista entrar em vigor o faturamento de restaurantes, bares e casas noturnas cresceu cerca de 15% na capital, e no estado o crescimento foi ainda maior.

Além disso, a lei somente penaliza o dono do estabelecimento que for omissivo quanto ao cumprimento da lei. Assim, é leviana a alegação da Abrasel que agora o dono do estabelecimento terá poder de polícia, pois este é um poder do Estado de aplicar multas e outras penalidades.

Conscientizar e educar a população são tarefas que levam anos e exigem um mercado regulado. A queda do tabagismo na sociedade é a prova, em contraste com o consumo crescente de álcool entre adolescentes e a alta da obesidade, que as políticas públicas são bem sucedidas e eficazes. A existência de regulamentação no caso do tabagismo e a falta de

regulamentação nos outros fatores de risco para as doenças crônicas não transmissíveis, como obesidade e alcoolismo, não são mera coincidência. Os dados estão postos para quem quiser ver. O resto são especulações motivadas por interesses de mercado.

**Paula Johns é socióloga, diretora executiva da Aliança de Controle do Tabagismo e Saúde (ACT+).*