

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

A presente Proposição vem ao encontro de iniciativas que vem sendo adotadas desde o início da década de 1990 no Brasil, com a implementação do Programa Nacional de Controle do Tabagismo, e também aliando-se às recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Desde lá, diversas ações legislativas vem sendo tomadas para combater o consumo de tabaco. Essas ações vão desde a proibição do fumo em locais públicos e fechados ao aumento da carga tributária sobre esses produtos e também a proibição de publicidade.

A proibição do fumo em espaços públicos ou de trabalho traduziu-se no decréscimo da afluência de doentes às emergências hospitalares em países que adotaram a medida, diz um relatório da OMS.

A OMS vem apelando a todos os países para que levem à prática medidas proibitivas do fumo ativo e passivo. Esse apelo fundamenta-se num relatório de peritos que afirmam haver provas irrefutáveis de ganhos em saúde nas sociedades em que tais medidas foram adotadas há mais tempo. Tais ganhos expressam-se, por exemplo, pela diminuição de atendimentos de emergência hospitalar devido a problemas cardíacos. No apelo lançado à comunidade internacional, a OMS refere que a melhoria dos níveis de saúde é notória ao fim de algum tempo e que as restrições não prejudicaram atividades econômicas como as de restaurantes e bares.

A EXPOSIÇÃO DE JOVENS À PROPAGANDA DO TABACO

É sabido que a maioria das pessoas começa a fumar antes de 18 anos e quase um quarto delas usa tabaco antes dos 10. Quanto mais novo for o jovem a experimentar o fumo, mais propenso está a se tornar usuário e menores são as possibilidades de parar de fumar.

Está claramente provado que a exposição direta ou indireta à propaganda de tabaco, junto com outras estratégias de *marketing* usadas pela indústria, leva a um aumento da experimentação entre os jovens e, por conseguinte, a um risco real de se tornarem usuários regulares de produtos de tabaco. A indústria gasta, em todo o mundo, 10 bilhões de dólares por ano para vender seus produtos de todas as maneiras possíveis.

Hoje a propaganda direta ou indireta é feita de várias formas: correio, cupons, programas de fidelidade da marca, revistas de circulação controlada distribuídas pela indústria, expositores em locais de concentração de público, painéis luminosos e totens dispostos principalmente em casas noturnas, e até brindes para estimular o consumo.

No Brasil, a Lei nº 10.167 2000, proíbe a propaganda na televisão, em rádios, jornais, revistas, outdoors, *banners*, *posters*, mas permite nos pontos de venda. Por isso, cada vez mais a indústria investe nesses locais, com material atraente especialmente para jovens e com a

criação de abordagens diferenciadas, como a ação de promotores de seus produtos em bares e baladas. Também é proibido o patrocínio de eventos esportivos e culturais por marcas de cigarros, mas, para burlar essa restrição, a indústria vem investindo cada vez mais em patrocínio institucional e em atividades convenientemente denominadas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Essa ação por parte da indústria é uma indução ao consumo dessas substâncias e um estímulo, principalmente a aquele jovem que está em processo de parar de fumar. Este Projeto vem no intuito de eliminar as possibilidades indução ao consumo, inibindo o estímulo, seja visual ou por promotores, principalmente junto aos estabelecimentos que concentrem jovens.

Pelos motivos aqui expostos, peço a aprovação deste importante projeto, que além de ajudar a combater os malefícios do tabaco, não permitirá que principalmente nossos jovens sejam estimulados a consumir essas substâncias.

Sala das Sessões, 4 de abril de 2013.

VEREADOR ALBERTO KOPITTKE

PROJETO DE LEI

Proíbe a publicidade, a promoção e a exposição de produtos fumageiros nos estabelecimentos comerciais do Município de Porto Alegre e dá outras providências.

Art. 1º Fica proibido qualquer tipo de publicidade, de promoção, e de exposição de produtos fumageiros nas áreas externa e interna dos estabelecimentos comerciais do Município de Porto Alegre.

Parágrafo único. Excetuam-se do disposto no *caput* deste artigo os estabelecimentos comerciais denominados tabacarias.

Art. 2º A inobservância desta Lei acarretará multa de 1.000 (mil) Unidades Financeiras Municipais (UFMs), dobrando esse valor em caso de reincidência.

Art. 3º O Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.