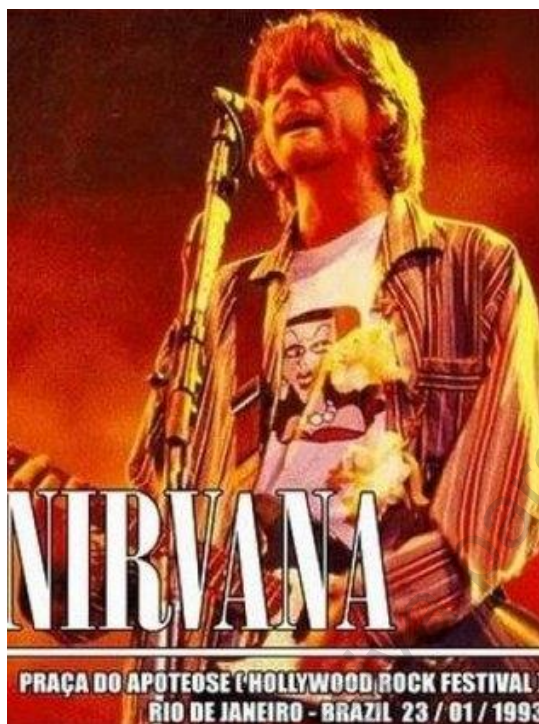


Fabricantes de cigarros poderão patrocinar eventos

Claudia Facchini

MP 540, que regulamenta o Brasil Maior, permite que a indústria de cigarro volte a fazer campanhas institucionais.



Cartaz do Hollywood Rock, de 1993

A aprovação pelo Senado, na terça-feira à noite, de um dispositivo legal que permite que os fabricantes de cigarros voltem a fazer propagandas institucionais, como apoiar eventos, deve causar polêmica e é criticada por grupos antitabagistas.

No passado, os fabricantes de cigarros, como a Souza Cruz e a Philip Morris, eram grandes patrocinadores de eventos, entre eles o Free Jazz Festival, o Hollywood Rock, o Carlton Dance e a Fórmula 1.

A permissão para que as indústrias de tabaco voltem a fazer campanhas institucionais, porém, é restrita e elas não poderão a realizar os mesmos patrocínios em vigor até a década de 1990.

O dispositivo faz parte da Medida Provisória 540, a mesma que regulamenta o programa Brasil Maior, lançado pelo governo em agosto para incentivar a indústria nacional por meio de redução de impostos e desoneração da folha de pagamento. A MP foi aprovada pelo Senado na terça-feira à noite e precisa, agora, ser sancionada pela presidente Dilma Roussef, que poderá vetar o artigo.

A Medida Provisória estabelece restrições ao tabaco, como aumento de impostos e a proibição do fumo em ambientes fechados, o que impede a criação de áreas específicas para fumantes, ou fumódromos. Mas, ao mesmo tempo, permite que os fabricantes realizem campanhas institucionais. Isso quer dizer que as empresas não poderão fazer propagandas que façam diretamente referência às marcas de seus produtos, como a marca Hollywood, por exemplo, mas poderão divulgar o nome das suas companhias.

Na avaliação do advogado, Luís Renato Vedovato, do escritório Garcia, Fernandes e Advogados Associados, especialista na legislação para controle do tabaco, qualquer tipo de publicidade por parte da indústria de cigarros fere o tratado internacional, a Convenção-Quadro, da Organização Mundial de Saúde (OMS), da qual o Brasil é signatário. "Se o dispositivo for sancionado pela presidente Dilma, a discussão será se há uma violação ao tratado", afirma.

"A MP está abrindo lacunas para que a publicidade do cigarro volte com força", criticou o advogado em uma entrevista ao iG concedida no fim de outubro, quando a MP foi aprovada pelo Congresso.

Fonte: IG/Último Segundo, 23 nov. 2011. [Portal]. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais