

Posicionamento da ABRAMD quanto à Política Nacional sobre o Álcool de 2007

Tem sido noticiado nas últimas semanas o decreto presidencial que aprova a Política Nacional sobre o Álcool que propõe ações para a redução do uso indevido e danos pelo álcool. Esta iniciativa deve ser debatida de forma mais ampla como a redefinição sobre a maneira como a sociedade brasileira se relaciona com o uso do álcool. Trata-se de evitar os extremos de uma política proibicionista, por um lado, e a indiferença com os graves problemas relacionados ao abuso e à dependência, de outro. Compreende-se que cada sociedade, no seu momento histórico, define que drogas são consideradas socialmente aceitas, suas funções simbólicas, seu contexto de utilização e suas interdições. Mas, qualquer discussão sobre a política para o álcool não deve ignorar que o álcool é uma droga da qual muitas pessoas se tornam dependentes (mais de 12 % da população adulta brasileira). Assim, o Estado tem o dever de cuidar para que este uso ocorra com a menor quantidade de danos possível.

Entre os pontos da nova política brasileira, muitas propostas são bem-vindas, como o princípio de redução de danos, as ações de assistência, capacitação, informação, atenção à relação álcool e trabalho e o cuidado com parcelas vulneráveis da população. No entanto, dois pontos são enfocados na política sem que nela estejam claras quais ações serão tomadas para atingir seus objetivos. São eles, a propaganda de bebidas alcoólicas e a relação do álcool com os acidentes de trânsito.

O número de mortes anuais em acidentes provocados pelo álcool (cerca de 20 mil) é quase o dobro daquelas provocadas anualmente pela AIDS. A epidemia de AIDS muito justamente merece enorme investimento do governo brasileiro em ações consideradas exemplares fora do Brasil, que devem, igualmente, servir de exemplo para a política de redução de danos pelo álcool. As ações educativas e o controle pela lei, associados à ampla discussão pela sociedade, têm tido sucesso nos países desenvolvidos, mostrando ser possível produzir mudanças nos hábitos de beber e de dirigir. O que se defende é que o direito individual de cada cidadão de ingerir bebidas alcoólicas não pode ser colocado acima do direito da coletividade de ser protegida dos acidentes de transporte provocados pelo álcool. Indaga-se, então, que ações serão implementadas para que a nova política diminua efetivamente os danos devidos a estes acidentes.

No que se refere à propaganda, são bem-vindas medidas como a garantia de acesso à informação sobre os efeitos prejudiciais do uso do álcool e a afirmação de que, para o efeito desta política, é considerada bebida alcoólica aquela com mais de 0,5 grau Gay-Lussac. Estes aspectos são especialmente relevantes, já que um artifício

legal injustificado deixa as cervejas de fora das restrições à propaganda por terem menos de 13 graus Gay-Lussac. Embora, a política divulgada indique a intenção de promover a regulamentação, monitoramento e fiscalização da propaganda de bebidas alcoólicas, não deixa claro com isto será feito. Neste ponto, é importante ressaltar que a propaganda da cerveja é feita na mídia brasileira com liberdade não encontrada em nenhum outro país desenvolvido e que é inócua a auto-regulamentação da propaganda proposta e executada nos últimos anos pelos órgãos da mídia. O potencial de abuso e dependência distingue o álcool (e as demais drogas) das mercadorias comuns, sendo por este motivo descabida a alegação de direito à sua propaganda. A política brasileira deve, então, restringir a propaganda de todas as bebidas alcoólicas aos pontos de venda (como já é feito para o tabaco), banindo-a dos meios de comunicação de massa.

Em síntese, a ABRAMD apoie a nova política para o álcool reforçando a necessidade de ações claras para a ampla restrição da propaganda e para reduzir ao máximo a possibilidade da associação entre o ato de beber e o de dirigir.

São Paulo, 13 de Junho de 2007.

ABRAMD – Associação Brasileira Multidisciplinar de Estudos sobre Drogas