

# 3 perguntas para Fernando Vieira

Diretor de Assuntos Externos da Philip Morris Brasil

Fernando Vieira fez sua trajetória profissional na Philip Morris International. Com 24 anos de experiência, o executivo é um dos responsáveis por liderar a transformação pela qual a empresa está passando. Com esse histórico, o diretor de Assuntos Externos da Philip Morris Brasil fala dos desafios do setor e sobre a importância dos produtos de risco reduzido para a estratégia da companhia, de oferecer melhores alternativas do que o cigarro aos milhões de adultos que continuarão fumando.



## 1

### O que motiva você a permanecer tanto tempo em uma indústria que, ao longo dos anos, deixou de ser aceita por grande parte da sociedade?

Acredito que trabalhar por mais de 20 anos na Philip Morris permitiu que eu desenvolvesse uma visão muito ampla sobre o mercado. Ao longo desses anos, a sociedade mudou muito e a empresa entende que é fundamental atender a novos anseios e expectativas. Hoje, a Philip Morris acredita que a transformação do seu negócio passa por um futuro sem cigarro, sem a fumaça do cigarro.

Em sua trajetória, a empresa sempre operou com legitimidade, pois gera desenvolvimento socioeconômico. Mas não basta oferecer emprego, renda e pagar impostos. Avancamos e assumimos um novo propósito, que é oferecer alternativas de risco reduzido para os adultos que continuam fumando, endereçando as externalidades e encarando os desafios gerados pelo cigarro.

Ao longo desses anos, a sociedade mudou muito e a empresa entende que é fundamental atender a novos anseios e expectativas.

## 2

### E quais os desafios que você vê para que o Brasil possa chegar a um futuro sem cigarros?

Nosso principal desafio como empresa é dialogar junto às autoridades, para avançar em uma regulamentação que garanta ao consumidor o acesso à informação correta e, consequentemente, o seu direito de escolha. Sempre reforçamos que uma pessoa que não fuma não deve começar a fumar; se fuma, pare; mas, se irá continuar fumando, que tenha a possibilidade de optar por produtos que, embora não sejam livres de risco, representam uma melhor alternativa do que o cigarro.

Nosso principal desafio como empresa é dialogar junto às autoridades, para avançar em uma regulamentação que garanta ao consumidor o acesso à informação correta e, consequentemente, o seu direito de escolha.

A sociedade e a ciência evoluíram muito nas últimas décadas. Hoje temos um amplo conhecimento sobre essa questão, referendado por diversas agências de saúde internacionais e a comunidade científica. Há um reconhecimento da menor toxicidade dos produtos de risco reduzido em relação ao cigarro.

Reconhecemos o papel das políticas antitabagistas implantadas nos últimos anos. Mas é preciso admitir que uma parcela importante da população continuará fumando, independente dos riscos. O desafio aqui é reconhecer que essa parte da população tem o direito de conhecer e ter acesso a produtos que já estão disponíveis em mais de 70 mercados, com o potencial de reduzir os danos, na comparação com o cigarro.

## 3

### Uma das principais críticas à regulamentação dos dispositivos eletrônicos é que podem ser atrativos para menores de idade, qual sua posição sobre o assunto?

Antes de tudo, é importante ressaltar que o produto de tabaco aquecido da PMI não é um cigarro eletrônico. Trata-se de um produto composto por folhas de tabaco, desenvolvido para ser aquecido e não queimado. Já o seu aquecedor, é um dispositivo blindado, que não permite a manipulação por parte do consumidor. Garantindo ao adulto fumante e às autoridades segurança em relação ao seu uso.

A preocupação em relação à atratividade está vinculada ao uso de sabores considerados apelativos para o público jovem, o que não é o caso do produto de tabaco aquecido. Não há, em nenhum dos 70 mercados onde o produto é comercializado, registros significativos de uso indevido por parte da população não fumante. Trata-se de um produto de tabaco, que tem cheiro de tabaco e é destinado para adultos que já fumam. Já a grande maioria dos cigarros eletrônicos permite a manipulação do equipamento e das essências que, em geral, apresentam sabores apelativos. Essas características trazem desafio adicional para a regulação desses produtos.

No Brasil, replicamos um estudo com metodologia similar à que foi utilizada pela Philip Morris International, para apresentação ao FDA, durante o processo de autorização de comercialização do tabaco aquecido nos Estados Unidos. O resultado mostra que quase a totalidade dos adultos que nunca fumaram (entre 94% e 100%) jamais considerariam usar o tabaco aquecido.

Estudo independente publicado em 2021 abrangendo jovens dos Estados Unidos, da Inglaterra e do Canadá, indicou que o uso do tabaco aquecido da Philip Morris International foi raro e consideravelmente inferior ao de cigarro comum e ao de cigarro eletrônico. Enquanto o uso do produto de tabaco aquecido variou de 0,8% a 1,4% nos 3 países, o de cigarro eletrônico ficou entre 12,6% e 18,5%.

Antes de tudo, é importante ressaltar que o produto de tabaco aquecido da PMI não é um cigarro eletrônico.

