

Ministério da Saúde
Instituto Nacional de Câncer

Sumário Executivo

EXPERIÊNCIAS E CENÁRIOS EXISTENTES SOBRE A RESTRICÇÃO DA VENDA DE PRODUTOS DE TABACO APENAS EM TABACARIAS

INCA
2023

EXPERIÊNCIAS E CENÁRIOS EXISTENTES SOBRE A RESTRIÇÃO DA VENDA DE PRODUTOS DE TABACO APENAS EM TABACARIAS

Sumário executivo

INTRODUÇÃO

Esta publicação é uma síntese do estudo que teve como objeto a restrição da venda de produtos derivados do tabaco apenas em tabacarias no Brasil. O referido documento parte da hipótese de que limitar a venda de produtos de tabaco apenas em tabacarias contribuiria significativamente para prevenir a iniciação e estimular a cessação, reduzindo, assim, a prevalência do tabagismo e o tabagismo passivo no Brasil.

Esse estudo foi realizado pela Divisão de Controle do Tabagismo (Ditab), da Coordenação de Prevenção e Vigilância (Conprev), do Instituto Nacional de Câncer (INCA), com o apoio da International Union Against Tuberculosis and Lung Disease (The Union), da Bloomberg Philanthropies e do Centro de Estudos e Pesquisa em Saúde Coletiva (Cepesc) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj).

Existem na sociedade inúmeros fatores que contribuem para a iniciação ao tabagismo; entre eles, podem ser citados: a diversidade de pontos de venda de produtos de tabaco, que facilitam o acesso aos produtos; pontos de venda próximo a unidades de ensino; a venda a varejo; a venda a menores de idade; a presença do mercado ilegal de tabaco; a ausência de embalagens padronizadas; a grande variedade de produtos de entrega de nicotina; os modelos de comportamento (influenciadores, pais ou responsáveis, parentes e profissionais que convivem com crianças, adolescentes e jovens); e o baixo preço do produto. O Brasil tem o quinto menor preço na região das Américas para o maço de 20 cigarros da marca mais vendida no país.

As redes sociais alcançaram uma grande popularidade entre os adolescentes e jovens, e a indústria do tabaco, ciente desse fato, tem criado várias estratégias para promover e vender seus produtos, em especial os dispositivos eletrônicos para fumar (DEF). A experimentação é o primeiro passo para uma futura adesão ao consumo regular dos produtos de tabaco.

Tendo como base os achados do estudo, foram elaboradas recomendações que visam à restrição da venda de produtos de tabaco apenas em tabacarias, com o objetivo de limitar a densidade de pontos de venda de tabaco, a fim de facilitar o planejamento da fiscalização, coibir o comércio ilegal, o preço indevido, a publicidade e a propaganda ilegais, o uso de embalagens inadequadas, bem como contribuir para a redução da acessibilidade aos produtos derivados do tabaco por menores de 21 anos.

MÉTODO

As recomendações atuais foram elaboradas a partir de um desenho metodológico que se dividiu em duas fases, com o objetivo de obter uma visão geral do estado atual do conhecimento. Para tal, realizou-se uma revisão de escopo conduzida de acordo com a metodologia do Joanna Briggs Institute (JBI) para revisões de escopo. Na fase 1, foram mapeadas as publicações sobre experiências e cenários

existentes sobre a restrição da venda de produtos de tabaco apenas em tabacarias no mundo; e, na fase 2, foram mapeadas as legislações sobre experiências e cenários existentes sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco apenas em tabacarias em 33 países pré-selecionados.

RESULTADOS

Os resultados foram organizados em três eixos.



Eixo I: Matriz-síntese dos documentos recuperados durante a revisão de escopo.

Durante a revisão de escopo, recuperaram-se 21.231 documentos (amostra inicial), e, após as etapas da revisão, chegou-se a uma amostra final de 58 documentos. Os resultados do estudo evidenciaram que os bairros de baixa renda geralmente têm uma densidade maior de pontos de venda de tabaco e apresentam taxas mais altas de uso de produtos derivados, levando a iniquidades em saúde. Há estudos que demonstram de forma consistente que as crianças têm maior probabilidade de fumar quando vivem ou vão à escola em bairros com alta densidade de varejistas de tabaco. As pesquisas indicam ainda que, visando a ampliar e a manter seu mercado consumidor, as empresas de tabaco atingem bairros de baixa renda com práticas predatórias de *marketing* e varejo.

Os resultados do estudo indicam que limitar o número de pontos de venda autorizados a operar em uma localidade, diminuindo a proximidade entre os pontos de venda e os estabelecimentos de ensino, bem como proibir a venda de produtos do tabaco em outros estabelecimentos comerciais que não sejam tabacarias, nas quais também seria proibido o uso de produtos derivados de tabaco, entre outros, contribuiria para a prevenção da iniciação.



Eixo II: Experiências e cenários existentes sobre a restrição da venda de produtos de derivados do tabaco apenas em tabacarias.

Para a realização do mapeamento das legislações sobre experiências e cenários existentes sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco, apenas tabacarias foram definidas, havendo três recortes para a seleção dos 33 países. O *primeiro recorte* estabelecido para a seleção dos países foi o de “maior prevalência do tabagismo no mundo”; o *segundo* foi dos “países com a legislação mais avançada e a implementação do Mpower”; e o *terceiro* foi a relação dos “principais países importadores de fumo em folha (toneladas) do Brasil”.

Para obter informações dos países selecionados, foi feita a consulta diretamente aos órgãos competentes dos países por e-mail. Quanto aos países cujos e-mails não foram localizados, realizou-se

o preenchimento de formulários de acesso à informação disponíveis em seus sites oficiais. Além disso, foram consultados diversos sites na Internet, a fim de obter informações sobre o controle do tabaco em cada país. Na sequência, apresentou-se uma síntese com informações sobre as restrições nos pontos de venda e as restrições de vendas pela Internet.

Quadro 1 – Matriz sobre as experiências e os cenários existentes sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco apenas em tabacarias nos 33 países selecionados

Países	Critérios de seleção dos países			Restrição dos locais de venda e pela Internet
	Recorte I	Recorte II	Recorte III	
África do Sul	X	–	–	Os produtos do tabaco podem estar visíveis no ponto de venda, mas devem ser exibidos de forma que os clientes não possam manuseá-los antes da compra. A venda de tabaco por meio de máquinas automáticas é proibida para menores
Alemanha	X	–	X	Os produtos de tabaco são classificados como bens de consumo e, portanto, são vendidos no varejo
Austrália	–	X	–	Todos os Estados e territórios australianos proíbem a venda de cigarros avulsos e maços com poucas unidades de cigarros (<i>products in small pack sizes – minimum of 20 cigarettes</i>). Uma lei também proíbe a venda de tabaco de mascar e rapé. A venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática e pela Internet é regulamentada em nível estadual
Áustria	X	–	–	O produto pode ser comprado em tabacarias, máquinas de vendas automáticas, postos de gasolinas e outros. É necessário ter um registro para abrir uma tabacaria. Existe um aplicativo e um site oficial nos quais é possível localizar todas as tabacarias existentes no território
Bélgica	X	–	X	O tabaco pode ser vendido em qualquer tipo de loja, mesmo em bares ou restaurantes. Há uma proibição de vendas nas fronteiras e também de vendas pela Internet
Brasil	–	X	–	Os produtos podem ser vendidos em diferentes tipos de pontos de vendas, sendo proibida a venda de produtos por meio de mídias eletrônicas e digitais. A lei proíbe a venda de cigarros avulsos, produtos de tabaco pela Internet e em estabelecimentos de ensino e saúde
Canadá	–	X	–	A lei restringe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática e pela Internet. A lei proíbe a venda de cigarros avulsos e maços com poucas unidades (<i>kiddy-packs – minimum of 20 cigarettes</i>)
China	–	–	X	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco em máquinas de venda automática e perto de escolas primárias e secundárias. As vendas pela Internet são restritas. Não há restrições à venda de cigarros avulsos ou de pequenos maços de cigarros
Egito	–	–	X	Não há restrições à venda de cigarros avulsos, maços com poucas unidades de cigarros (<i>small packets of cigarettes</i>), produtos de tabaco com base na localização ou vendas pela Internet
Eslovênia	X	–	–	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática e pela Internet. A lei também proíbe a venda de cigarros avulsos, fumo para uso oral e maços com poucas unidades (<i>unit packet of cigarettes shall include at least 20 cigarettes</i>)

continua

Quadro 1 – continuação

Países	Critérios de seleção dos países			Restrição dos locais de venda e pela Internet
	Recorte I	Recorte II	Recorte III	
Espanha	X	–	–	A venda e o abastecimento a varejo de produtos de tabaco só podem ser efetuados na rede de pontos de venda de fumo ou em máquinas de venda automática, localizadas em estabelecimentos que tenham as autorizações administrativas cabíveis, permanecendo expressamente proibida em qualquer outro lugar ou meio
Estados Unidos da América	–	X	X	Não há restrição de tipos de pontos de venda. A Lei FD&C e seus regulamentos de implementação não restringem a venda de produtos de tabaco pela Internet ou mídia social. Existem restrições que os vendedores on-line devem cumprir, como proibir a venda de produtos de tabaco a menores e a distribuição de amostras grátis. Existem outras leis e regulamentos federais que se aplicam à comercialização e/ou distribuição de produtos de tabaco que não estão sob a alçada da FDA. Por exemplo, o USPS restringe o envio de determinados produtos de tabaco pelo correio. Outras entidades federais que regulam os produtos de tabaco incluem, mas não estão limitadas, a FTC e o Alcohol and Tobacco TTB. Os regulamentos 21 CFR 1140 também proíbem o uso de <i>displays</i> de autoatendimento para vender cigarros e produtos de tabaco sem fumaça (a menos que esteja localizado em uma instalação em que menores nunca estejam presentes ou sejam permitidos em qualquer momento) e outros itens
Estônia	X	–	–	O ponto de venda de produtos de tabaco e produtos de nicotina deve ter registro pelo Ministério de Assuntos Comerciais. Não é permitida a exposição de produtos de tabaco e afins em lojas que não sejam especializadas em produtos de tabaco. A venda de produtos de tabaco e seus derivados é proibida pela Internet, incluindo as mídias sociais. Não se pode vender em locais de venda que não tenham uma área de venda, em instituições de assistência social para crianças, instituições de ensino, farmácia, máquinas de venda automática e outros. Pode-se vender em locais com área de venda exclusiva, em navios que operam em rotas internacionais, em estabelecimentos de venda que operem em território fechado de um porto ou aeroporto de passageiros
França	X	–	–	A rede de tabacarias inclui mais de 25 mil pontos de venda. Várias medidas já foram postas em prática, a fim de limitar a acessibilidade aos produtos de tabaco para os mais jovens e reduzir sua atratividade: proibição de publicidade, proibição de qualquer distribuição gratuita ou venda a menores ou por máquinas de venda automática. O teor máximo de ingredientes que conferem um sabor doce ou ácido aos cigarros aromatizados é limitado a 0,05% de aromatizante de baunilha da massa do cigarro
Grécia	X	–	–	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática, pela Internet, telecomunicações ou qualquer outra forma de venda baseada na evolução da tecnologia
Holanda	X	–	–	É permitida a venda de produtos de forma on-line, em máquinas automáticas e também a venda de cigarros eletrônicos
Hungria	X	–	–	Não há restrição a ponto de vendas de tabaco
Indonésia	X	–	X	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco em máquinas de venda automática e em estabelecimentos de ensino, parques infantis e centros de saúde. Não existem restrições às vendas pela Internet ou à venda de cigarros avulsos

continua

Quadro 1 – continuação

Países	Critérios de seleção dos países			Restrição dos locais de venda e pela Internet
	Recorte I	Recorte II	Recorte III	
Irlanda	X	–	–	É permitida a venda de produtos de tabaco desde que se tenha o registro do National Register of Tobacco Retailers. Todos aqueles que vendem ou pretendem vender produtos de tabaco no varejo, seja no balcão, seja em uma máquina de autoatendimento, devem registrar-se no Health Service Executive, NTCO. Uma pessoa que se propõe iniciar o negócio de venda de produtos de tabaco no varejo deve registrar-se no NTCO antes de poder vender produtos de tabaco. A exigência de registro para vender produtos também se aplica às vendas on-line
Israel	X	–	–	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática. Não há restrições à venda de cigarros individuais, maços com poucas unidades de cigarros (<i>small packets of cigarettes</i>) ou produtos do tabaco pela Internet
Itália	X	–	–	A lei proíbe a venda de produtos do tabaco por meio de maços com poucas unidades (<i>small packets of cigarettes</i>) e narguilé ou tabaco de enrolar com menos de 30 gramas. A lei restringe a venda de tabaco pela <i>internet</i> e máquinas de venda automática
Japão	X	–	–	A lei não restringe a venda de produtos do tabaco por meio de máquinas de venda automática ou pela Internet. Não há restrições à venda de cigarros avulsos ou maços com poucas unidades (<i>small packets of cigarettes</i>) de cigarros
Letônia	X	–	–	A lei proíbe a venda de produtos do tabaco por meio de máquinas de venda automática e pela Internet, maços com poucas unidades (<i>small packets of cigarettes</i>) de cigarros e produtos de tabaco sem fumaça. Além disso, proíbe a venda de produtos do tabaco em instalações educacionais, de saúde, culturais e esportivas
Lituânia	X	–	–	Nos pontos de venda, apenas as seguintes informações podem ser exibidas nos equipamentos para a colocação de produtos de tabaco: 1) o nome e o endereço da sede do fabricante e vendedor; 2) os nomes dos produtos de tabaco vendidos; 3) as palavras “Nós trocamos” ou “Nós vendemos”; 4) os preços dos produtos de tabaco. Não podem ser exibidos folhetos ou outro material promocional destinado ao consumidor, e imitações e imagens de produtos de tabaco ou de suas embalagens individuais não devem ser exibidas em pontos de venda. Nenhuma outra informação visual ou gráfica pode ser fornecida sobre os produtos de tabaco nos pontos de venda a varejo: lojas de varejo de produtos de tabaco e/ou produtos relacionados — lojas, quiosques, pavilhões, restaurantes, cafés, bares, bufês ou outras instalações e lojas de automóveis onde produtos de tabaco e/ou produtos relacionados são vendidos ao consumidor (quando os clientes são servidos ao ar livre, devem fazer o pagamento do produto no mesmo local de consumo)
Paraguai	–	–	X	A venda de produtos de tabaco ao público deve ser realizada exclusivamente nos caixas de pagamento ou nos pontos de venda dos estabelecimentos comerciais, de forma que não seja diretamente acessível ao consumidor final

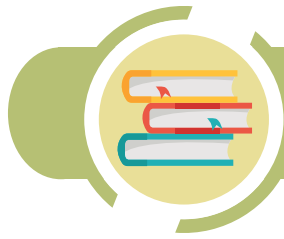
continua

Quadro 1 – continuação

Países	Critérios de seleção dos países			Restrição dos locais de venda e pela Internet
	Recorte I	Recorte II	Recorte III	
Polônia	X	–	–	A venda de produtos de tabaco é permitida apenas nos chamados pontos de venda (<i>sales outlets</i>). É proibido anunciar ou promover produtos de tabaco, bem como seus acessórios, imitações e símbolos relacionados com o uso do tabaco, especialmente: na TV, no rádio, em cinemas, em estabelecimentos de saúde e de ensino, em publicações para crianças e jovens, nas instalações do desporto, em estabelecimentos de recreação e outros locais públicos, em pôsteres (formato grande incluído) e em recursos de tecnologia da informação
Reino Unido	X	–	–	Não há restrição de tipos de pontos de venda. A lei proíbe a venda de produtos de tabaco em máquinas de venda automática, de cigarros avulsos, maços com poucas unidades (<i>small packets of cigarettes</i>) e tabaco para uso oral
República Eslovaca	X	–	–	É proibida a venda de fumo: a) em armazéns de alimentos, exceto pontos de venda que tenham um espaço separado ou estande para a venda de produtos de tabaco e produtos destinados a fumar e que não contenham tabaco; b) em lojas com artigos infantis; c) em instalações pré-escolares, parques infantis, escolas primárias, escolas secundárias e instalações escolares, instituições de ensino superior, casas de estudantes; d) nos estabelecimentos de saúde e de serviço social, inclusive barracas, bufês e demais pontos de venda localizados nesses estabelecimentos; e) na forma de vendas domiciliares e vendas pelo correio. Não é permitida a venda de produtos de tabaco pela Internet, inclusive nas redes sociais. Atualmente, o processo de mudança está em andamento — no futuro será permitido
Rússia	X	–	X	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática e pela Internet, em instalações esportivas, instalações de saúde, instalações culturais, dentro de 100 metros de instalações educacionais. A lei também proíbe a venda de cigarros avulsos e <i>naswar</i> (um tipo de tabaco sem fumaça)
Singapura	–	X	–	A lei proíbe a venda de cigarros avulsos, pequenos maços de cigarros, fumo sem fumaça e fumo para narguilé. É proibido importar, distribuir, vender ou oferecer para venda embalagens de cigarros que contenham menos de 20 hastes. A lei proíbe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática e pela Internet
Suíça	X	–	–	Não há restrições de pontos de venda. Quanto à Internet, são aplicadas as mesmas regras em termos de vendas para menores de idade
Turquia	X	–	–	Os produtos de tabaco não devem ser vendidos: individualmente em embalagens abertas ou maços com poucas unidades (<i>the sale of cigarettes individually or in small packs</i>), por meios eletrônicos, como telefone ou Internet, exceto por revendedores autorizados. Os produtos de tabaco não devem ser expostos de forma a permitir que pessoas com menos de 18 anos tenham acesso direto a eles ou que possam ser vistos fora do local de venda
Uruguai	–	X	–	A lei proíbe a venda de produtos de tabaco por meio de máquinas de venda automática, pela Internet e em estabelecimentos de ensino, centros de saúde, estádios e arenas, parques infantis e locais onde o público seja principalmente de jovens e adolescentes. Além disso, a lei proíbe a venda de cigarros avulsos e maços com poucas unidades de cigarros (<i>single cigarettes and small packets of cigarettes</i>)

Fonte: informações recebidas por e-mail pelo órgão responsável pelo controle do tabaco do respectivo país.

Legenda: CFR — Code of Federal Regulations; FD&C — Federal Food, Drug, and Cosmetic; FDA — Food and Drug Administration; FTC — Federal Trade Commission; NTCO — Health Service Executive, National Tobacco Control Office; TTB — Tax and Trade Bureau; USPS — United States Postal Service.



Eixo III: *Case Los Angeles: tobacco shops e smokers' lounges.*

Um dos objetivos do estudo foi identificar países ou cidades nos quais a venda de produtos derivados do tabaco ocorresse apenas em tabacarias, a fim de conhecer o ordenamento jurídico, as características do estabelecimento comercial, entre outros aspectos.

O *case Los Angeles* é um exemplo de organização e funcionamento dos estabelecimentos em uma cidade com venda restrita de produtos derivados do tabaco em tabacaria. Foram identificados dois tipos de tabacarias: *tobacco shops* e *smokers' lounges*.

O Quadro 2 apresenta as principais características das duas figuras de tabacarias identificadas em Los Angeles.

Quadro 2 – Principais características sobre *tobacco shops* e *smokers' lounges*

<i>Tobacco shops</i>	<i>Smokers' lounges</i>
Não é permitida a presença de menores de 21 anos nessas instalações	
É proibido consumir alimentos ou bebidas, incluindo álcool, pelos clientes, ou fornecer alimentos ou bebidas, incluindo álcool, aos clientes, para consumo nas instalações	
É contra a lei vender ou oferecer para venda, ou ter com a intenção de vender ou oferecer para venda, qualquer produto de tabaco aromatizado ou qualquer componente, parte ou acessório destinado a transmitir, ou conferir, um sabor característico de qualquer forma, para qualquer produto de tabaco ou dispositivo de liberação de nicotina, incluindo DEF	
Qualquer pessoa que venda tabaco deve ter mais de 21 anos	
É proibido permanecer dentro ou ao redor da tabacaria sem motivação. Deve haver uma sinalização ou sinais permanentes afixados na entrada do edifício ou estrutura e em um local claramente visível para os clientes nas áreas externas da tabacaria, declarando: " <i>loitering prohibited</i> " ¹	Não há restrições quanto à permanência no local
Não é permitido o uso de tabaco, produtos de tabaco ou " <i>tobacco paraphernalia</i> " ² nessas instalações	

Fonte: elaborado com informações do documento *Health and Safety, of the Los Angeles County Code, relating to the regulation of tobacco shops and tobacco retailers*³.

Legenda: DEF — Dispositivos eletrônico para fumar.

Tobacco shops e *smokers' lounges* tornaram-se cada vez mais populares em toda a Los Angeles. Estudos apontam que muitas comunidades locais estavam preocupadas com a proliferação desses negócios em seus bairros por causa dos problemas que podem surgir. Por exemplo, a fumaça dos produtos de tabaco de uma tabacaria pode afetar gravemente as empresas e residências vizinhas,

¹*Loitering prohibited* – é proibido permanecer sem um propósito aparentemente adequado para estar no estabelecimento.

²*Tobacco paraphernalia* – é qualquer papel ou invólucro de cigarro, cachimbos, suportes de materiais para fumar de todos os tipos, máquinas de enrolar cigarros, sabores caracterizadores de qualquer forma, misturados ou de outro modo adicionados a qualquer produto de tabaco ou dispositivo de entrega de nicotina, incluindo DEF e qualquer outro item projetado ou usado para fumar ou ingerir produtos de tabaco.

³Documentos disponível em: https://library.municode.com/ca/los_angeles_county/codes/code_of_ordinances?nodeId=16274. Acesso em: 3 out. 2023.

colocando em perigo a saúde dos ocupantes. Também existe a preocupação de que essas empresas contribuam para a normalização do uso do tabaco entre jovens e adultos jovens.

Além disso, uma análise conjunta dos ministérios públicos das cidades de San Francisco, Los Angeles e San Jose concluiu que o objetivo principal de uma tabacaria deve ser de vender produtos de tabaco e *tobacco parafernália*, e que o proprietário de uma empresa não pode simplesmente converter uma parte de sua loja, restaurante ou bar em uma tabacaria, a fim de permitir fumar nas instalações. Eles recomendam que uma tabacaria deve ter uma entrada, recinto separado e licença comercial separada de qualquer bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento de varejo.

RECOMENDAÇÕES PRELIMINARES

Com base nos estudos realizados, propõem-se as recomendações elencadas a seguir, a fim de restringir as vendas de produtos de tabaco apenas a tabacarias, contribuindo para a prevenção da iniciação e o estímulo à cessação, reduzindo, assim, a prevalência do tabagismo e o tabagismo passivo no país.

Discutir com as autoridades competentes do país a criação e a adoção da definição do termo tabacaria, buscando classificá-lo como recintos prioritários de risco, para fins de ações adicionais da fiscalização.

Restringir a venda de produtos derivados do tabaco apenas a tabacarias, proibindo a venda de qualquer outro produto nesses locais que não seja de tabaco e seus derivados e acessórios, tais como alimentos, bebidas de qualquer natureza e outros. Além disso, também devem ser proibidos o acesso, o ingresso e a permanência de menores, de acordo com a legislação vigente nesses estabelecimentos. O comerciante deverá exigir a apresentação do documento oficial com foto da pessoa interessada em entrar no estabelecimento antes do ingresso dela.

Adequar as legislações existentes em Estados, municípios e no Distrito Federal às novas recomendações, tornando todo e qualquer estabelecimento licenciado como tabacaria restrito a desempenhar única e exclusivamente atividades de comércio varejista de produtos fumígenos derivados do tabaco, cujas embalagens devem atender ao disposto na legislação, vedado em qualquer hipótese o consumo no próprio local.

Instituir um programa de Permissão de Venda de Tabaco (PVT). Esse programa deverá garantir que todas as instalações que vendem produtos derivados do tabaco tenham licenças válidas para operar.

Instituir um sistema de verificação de idade nos pontos de venda (tabacarias).

Definir regras para os novos licenciamentos de pontos de venda de produtos derivados do tabaco a partir do zoneamento sanitário e do zoneamento entre os pontos de venda.

Proibir o funcionamento de tabacarias no interior de outro estabelecimento. A porta de entrada deve abrir para a calçada da rua (passagem principal).

No estabelecimento, deve ser proibida a disponibilização de assentos individuais ou coletivos.

A tabacaria deve ter recinto separado e licença comercial separada de qualquer bar, restaurante ou outro tipo de estabelecimento de varejo.

Estabelecer, por meio de legislação específica, que as tabacarias deverão estar localizadas a uma distância mínima de 2 mil metros de áreas residenciais, das Unidades Básicas de Saúde e de qualquer instituição de ensino que ofereça: Educação Infantil, Ensino Fundamental — primeiro e segundo segmentos —, Ensino Médio, ensino superior (graduação e pós-graduação), cursos preparatórios para o vestibular, a fim de proibir a operação de varejistas de tabaco perto de escolas. Além disso, deverão estar localizadas a uma distância de mil metros umas das outras, evitando-se, assim, a concentração desse tipo de estabelecimento em um mesmo local.

Revisar os códigos de postura municipais e de licenciamento e zoneamento dos pontos de venda, com a supressão da permissão da concessão da atividade de comercialização de artigo de tabacarias nos atuais pontos de venda que não sejam tabacaria ou que não estejam em conformidade com a nova legislação a ser criada. Além disso, definir prazo para as tabacarias existentes se adaptarem à nova legislação.

Aprimorar o marco regulatório referente à fiscalização das tabacarias.

Instituir mecanismos que estabeleçam metas a serem alcançadas no que diz respeito às ações de fiscalização, englobando ações de promoção da saúde e prevenção do tabagismo.



Incorporar as tabacarias no processo de “fiscalização do uso de produtos fumígenos derivados do tabaco em ambientes coletivos fechados, públicos ou privados” sem a previsão de seu consumo no próprio local e/ou em outro ambiente que se lhe assemelhe em termos de atividades econômicas.

Proibir a exposição dos maços de cigarro em expositores (*displays*) ou mostruários. Instituir que os produtos derivados de tabaco sejam guardados em móveis fechados (não transparentes), para não propiciar o estímulo ao consumo.

Instituir um sistema de multas por infrações cometidas por comerciantes e/ou comerciários de produtos derivados do tabaco que estejam em desacordo com a legislação vigente. Vincular a arrecadação decorrente das multas às ações de controle do tabaco no Brasil.

Alterar a idade mínima para compra, venda e consumo de produtos derivados do tabaco e seus acessórios de 18 para 21 anos.

Redefinir o marco legal relacionado com a infância, a adolescência e a juventude no que tange à idade mínima para adquirir e consumir produtos que são nocivos à saúde, tais como tabaco e outros. Alterar todas as legislações específicas.

Revisar os códigos de segurança contra incêndio e pânico dos Estados, possibilitando a proibição da venda de produtos derivados do tabaco e acessórios próximos a postos de abastecimento de combustíveis e áreas de risco, tais como áreas não construídas, associadas ou não à edificação, que contenham produtos inflamáveis ou combustíveis ou de gás, ou outros riscos específicos.

Incluir o QR Code nos cartazes obrigatórios nas entradas dos pontos de venda de tabaco (tabacarias), direcionados ao Portal do INCA, com informações de saúde pública, tais como: promoção da saúde e prevenção da iniciação, tratamento do tabagismo, locais de atendimento, campanhas institucionais, informações sobre as doenças tabaco-relacionadas e outras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio do estudo realizado, compreende-se que é possível instituir a venda de produtos derivados de tabaco exclusivamente em tabacarias no Brasil; contudo, tais estabelecimentos estariam sujeitos a um novo ordenamento jurídico, a ser instituído em âmbito nacional.

Acredita-se que tal medida contribuirá com a Política Nacional de Controle do Tabaco (PNCT), já que poderá trazer benefícios em reduzir a demanda e a oferta desses produtos no território nacional. Vale ressaltar que a adoção da medida de restrição de venda de tabaco apenas em tabacarias fortalecerá a implementação, de forma mais específica, dos artigos 6º, 11, 12, 13, 14, 15 e 16 da Convenção-quadro da Organização Mundial da Saúde para o Controle do Tabaco (CQCT/OMS).

A restrição da venda de produtos de tabaco apenas em tabacarias, com normas legais para abertura e funcionamento desses estabelecimentos, com localização prévia bem-definida, legislação sobre seu funcionamento adequada, fiscalização sanitária prioritária e com restrição de acesso à população será mais um grande passo nas ações de controle do tabaco.

Expediente:

Esta obra é disponibilizada nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Sem Derivações – 4.0 Internacional.

Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial.

Tiragem: eletrônica

Elaboração, distribuição e informações MINISTÉRIO DA SAÚDE INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER (INCA) Coordenação de Prevenção e Vigilância Divisão de Controle do Tabagismo e Outros Fatores de Risco (Ditab) Rua Marquês de Pombal, 125, Centro Rio de Janeiro – RJ CEP 20230-240 Tel.: (21) 3207-5976 E-mail: pnctfederal@inca.gov.br www.inca.gov.br	Edição COORDENAÇÃO DE ENSINO Serviço de Educação e Informação Técnico-científica Área de Edição e Produção de Materiais Técnico-científicos Rua Marquês de Pombal, 125, Centro Rio de Janeiro – RJ CEP 20230-240 Tel.: (21) 3207-5500
--	---

Elaboradores: Lucas Manoel da Silva Cabral, Maria José Domingues da Silva Giongo, Fernando Nagib Jardim e Aline de Mesquita Carvalho.

Colaboradores: Aline Mesquita de Carvalho, Ana Paula Jaques de Araújo, Andréa Ramalho Reis Cardoso, Marcela Roiz Martini, Maria José Domingues da Silva Giongo, Maria Raquel Fernandes Silva, Rita de Cassia Martins, Vera Lucia Gomes Borges.

Edição e produção editorial: Christine Dieguez. **Copidesque e revisão:** Débora de Castro Barros. **Projeto gráfico e diagramação:** Cecília Pachá. **Normalização bibliográfica:** Juliana Moreira (CRB 7/7019).