

MINISTÉRIO DA SAÚDE  
Instituto Nacional de Câncer



# CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Diretrizes para Implementação dos  
Artigos 5.3, 8º, 11 e 13



MINISTÉRIO DA SAÚDE  
Instituto Nacional de Câncer (INCA)  
Secretaria Executiva da Comissão Nacional para a Implementação  
da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ)



# CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Diretrizes para Implementação dos  
Artigos 5.3, 8º, 11 e 13

Rio de Janeiro, RJ  
2011

© 2011 Instituto Nacional de Câncer / Ministério da Saúde.

Todos os direitos reservados. A reprodução, adaptação, modificação ou utilização deste conteúdo, parcial ou integralmente, são expressamente proibidos sem a permissão prévia, por escrito, do INCA e desde que não seja para qualquer fim comercial. Venda proibida. Distribuição gratuita.

Esta obra pode ser acessada, na íntegra, na Área Temática Controle de Câncer da Biblioteca Virtual em Saúde - BVS/MS ([http://bvsm.sau.gov.br/bvs/controle\\_cancer](http://bvsm.sau.gov.br/bvs/controle_cancer)) e no Portal do INCA (<http://www.inca.gov.br>).

#### **Elaboração, distribuição e informações**

MINISTÉRIO DA SAÚDE  
INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER (INCA)  
Secretaria Executiva da Comissão Nacional  
para Implementação da Convenção-Quadro  
para o Controle do Tabaco (CONICQ)  
Praça da Cruz Vermelha, 23 / 4º andar  
Centro – Rio de Janeiro – RJ - 20.230-130  
Tel.: (21) 2506-6834  
[www.inca.gov.br](http://www.inca.gov.br)

#### **Edição**

COORDENAÇÃO GERAL DE AÇÕES  
ESTRATÉGICAS  
Coordenação de Educação (CEDC)  
Serviço de Edição e Informação  
Técnico-Científica  
Rua Marquês de Pombal, 125 – Centro  
20230-092 – Rio de Janeiro – RJ  
Tel.: (21) 3207-5500

#### **Coordenação de Elaboração**

Tânia Cavalcante

#### **Equipe de Elaboração**

Cristiane Vianna

Cristina Perez

Felipe Lacerda Mendes

Rosa Vargas

#### **Colaboradores**

Amanda Moraes

Arnaldo Vieira

Carla Aguiar

Erica Cavalcanti

Rita de Cássia Martins

#### **Supervisão Editorial**

Leticia Casado

#### **Edição e Produção Editorial**

Taís Facina

#### **Revisão**

Rita Machado

#### **Capa, Projeto Gráfico, Diagramação**

Jankley Costa Gomes

#### **Ficha Catalográfica**

Iara Rodrigues de Amorim

159c Instituto Nacional de Câncer (Brasil). Secretaria Executiva da Comissão Nacional para a Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco.  
Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco [recurso eletrônico] : diretrizes para implementação dos artigos 5.3, 8º, 11 e 13 / Instituto Nacional de Câncer. Secretaria Executiva da Comissão Nacional para a Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ). – Rio de Janeiro : Inca, 2011.

118 p. : il.

Disponível em: [http://bvsm.sau.gov.br/bvs/controle\\_cancer](http://bvsm.sau.gov.br/bvs/controle_cancer) e no Portal do INCA:  
<http://www.inca.gov.br>

ISBN 978-85-7318-186-9

1. Tabagismo – Prevenção e controle. 2. Campanhas para o controle do tabagismo.  
3. Programa Nacional de Controle do Tabagismo. I. Título.

CDD-613.85

Catálogo na fonte – Seção de Bibliotecas / Coordenação de Educação

#### **Títulos para indexação:**

Em inglês: Framework Convention for Tobacco Control – Guidelines for Implementation of Articles 5, 3, 8, 11 and 13.

Em espanhol: Convención-marco para el Control del Tabaco – Directrices para Implementar los Artículos 5, 3, 8, 11 y 13.

# SUMÁRIO

PARTE I - ARTIGO 5.3 .....	7
INTRODUÇÃO.....	9
1. PRINCÍPIOS NORTEADORES .....	13
2. RECOMENDAÇÕES .....	15
3. COLABORAÇÃO INTERNACIONAL E ATUALIZAÇÃO E REVISÃO DAS DIRETRIZES .....	27
4. FONTES DE INFORMAÇÕES ÚTEIS .....	29
PARTE II - ARTIGO 8º .....	33
1. PROPÓSITO, OBJETIVOS E CONSIDERAÇÕES PRINCIPAIS.....	35
1.1 Propósito das diretrizes .....	35
1.2 Objetivos das diretrizes .....	35
1.3 Considerações fundamentais .....	36
2. DECLARAÇÃO DE PRINCÍPIOS E DEFINIÇÕES RELEVANTES REFERENTES À PROTEÇÃO CONTRA A EXPOSIÇÃO À FUMAÇA DO TABACO .....	37
2.1 Princípios .....	37
2.2 Definições .....	38
2.2.1 “Fumaça de tabaco de segunda-mão” ou “Fumaça ambiental de tabaco” .....	39
2.2.2 “Fumar” .....	39
2.2.3 “Local público” .....	39
2.2.4 “Interno” ou “fechado” .....	40
2.2.5 “Local de trabalho” .....	40
2.2.6 “Transporte Público” .....	40
3. O ESCOPO DA LEGISLAÇÃO EFETIVA .....	41
3.1 Princípios .....	41
4. INFORMAR, CONSULTAR E ENVOLVER O PÚBLICO PARA GARANTIR O APOIO E UMA IMPLEMENTAÇÃO TRANQUILA .....	43
5. EXECUÇÃO DA LEI .....	45
5.1 Dever de observância .....	45
5.2 Penalidades.....	45

5.3	Infraestrutura da execução .....	46
5.4	Estratégias de execução .....	47
5.5	Mobilizar e envolver a comunidade .....	48
6.	<b>MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE MEDIDAS .....</b>	<b>49</b>
6.1	Processos .....	49
6.2	Resultados .....	50
PARTE III - ARTIGO 11 .....		51
1.	<b>PROPÓSITO, PRINCÍPIOS E USO DOS TERMOS.....</b>	<b>53</b>
1.1	Propósito .....	53
1.2	Princípios .....	53
1.3	Uso dos termos .....	54
2.	<b>DESENVOLVIMENTO DE REQUISITOS DE EMBALAGENS E ROTULAGENS EFICAZES.....</b>	<b>55</b>
2.1	Elementos do <i>design</i> .....	55
2.1.1	Localização .....	55
2.1.2	Tamanho .....	56
2.1.3	Utilização de pictogramas .....	57
2.1.4	Cor.....	58
2.1.5	Rotatividade.....	58
2.1.6	Conteúdo das mensagens.....	59
2.1.7	Idioma.....	60
2.1.8	Atribuição da fonte da informação .....	61
2.1.9	Informação sobre os componentes e as emissões.....	61
3.	<b>PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE REQUISITOS DE EMBALAGEM E ROTULAGEM EFICAZES .....</b>	<b>63</b>
3.1	Considerações sobre a categoria do produto.....	63
3.2	Diferentes tipos de embalagem .....	63
3.3	Atingindo subgrupos populacionais .....	63
3.4	Testes pré-comercialização .....	64
3.5	Informação do público e participação.....	64
3.6	Atividade de suporte de comunicação .....	64
4.	<b>DESENVOLVIMENTO DE RESTRIÇÕES DE EMBALAGEM E ROTULAGEM EFICAZES.....</b>	<b>65</b>
4.1	Evitando as embalagens e rotulagens ilusórias ou enganosas .....	65

4.2 Embalagens genéricas .....	66
5. MEDIDAS LEGAIS .....	67
5.1 Elaboração .....	67
5.2 Administração .....	67
5.3 Escopo .....	67
5.4 Custos .....	67
5.5 Responsabilidade .....	68
5.6 Disposições específicas .....	68
5.7 Documento de referência .....	69
5.8 Etiquetas adesivas e capas .....	69
5.9 Responsabilidade jurídica pelo cumprimento.....	70
5.10 Sanções .....	70
5.11 Poderes de execução .....	70
5.12 Prazo fornecido .....	70
5.13 Revisão .....	71
6. FISCALIZAÇÃO .....	73
6.1 Infraestrutura e orçamento.....	73
6.2 Estratégias .....	73
6.3 Resposta ao não cumprimento .....	73
6.4 Reclamações .....	74
7. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DAS MEDIDAS DE EMBALAGEM E ROTULAGEM .....	75
7.1 Impacto nas populações .....	75
7.2 Linha de base e acompanhamento .....	75
7.3 Recursos .....	75
7.4 Divulgação .....	76
8. COOPERAÇÃO INTERNACIONAL.....	77
PARTE IV - ARTIGO 13 .....	79
1. PROPÓSITO E OBJETIVOS.....	81
2. ESCOPO DE UMA PROIBIÇÃO ABRANGENTE.....	83
2.1 Visão geral .....	83
2.2 Venda a varejo e exposição ( <i>display</i> ).....	85
2.3 Embalagem e características do produto .....	86
2.4 As vendas pela internet .....	87

2.5 Extensão de marca ( <i>brand stretching</i> ) e associação de marca ( <i>brand sharing</i> ) .....	88
2.6 Responsabilidade social corporativa.....	89
2.7 Expressão legítima .....	90
2.8 Exibições de tabaco na mídia de entretenimento.....	91
2.9 Comunicação interna do mercado de tabaco .....	92
2.10 Princípios constitucionais em relação a uma proibição abrangente.....	92
3. OBRIGAÇÕES RELACIONADAS COM O ARTIGO 13.4 DA CONVENÇÃO .....	93
4. COERÊNCIA.....	97
4.1 Publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços, originários do território de outra Parte ( <i>out-flowing</i> material) .....	97
4.2 Publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços entrando no território de uma Parte .....	98
5. ENTIDADES RESPONSÁVEIS .....	101
6. CUMPRIMENTO DAS LEIS SOBRE PUBLICIDADE, PROMOÇÃO E PATROCÍNIO DO TABACO EM NÍVEL NACIONAL.....	105
6.1 Sanções .....	105
6.2 Monitoramento, cumprimento das leis e acesso à justiça .....	106
7. EDUCAÇÃO PÚBLICA E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE.....	109
8. COLABORAÇÃO INTERNACIONAL.....	111
APÊNDICE .....	113

# PARTE I

**ARTIGO 5.3: SOBRE A PROTEÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE SAÚDE PARA O CONTROLE DO TABACO, DOS INTERESSES COMERCIAIS E OUTROS INTERESSES GARANTIDOS PARA A INDÚSTRIA DO TABACO**







## INTRODUÇÃO

A Resolução “WHA54.18”, da Assembleia Mundial da Saúde (AMS), sobre a transparência no processo de controle do tabaco, citando as decisões do Comitê de Especialistas em Documentos da Indústria do Tabaco, afirma que

a indústria do tabaco tem operado durante anos com a intenção expressa de subverter o papel dos governos e da Organização Mundial da Saúde (OMS) na implementação de políticas públicas de saúde para combater a epidemia do tabagismo.

O preâmbulo da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da OMS reconheceu que as Partes<sup>1</sup>

necessitam manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco.

Além disso, o Artigo 5.3 da Convenção coloca que

ao estabelecer e implementar suas políticas de saúde pública relativas ao controle do tabaco, as Partes agirão para proteger essas políticas dos interesses comerciais ou outros interesses garantidos para a indústria do tabaco, em conformidade com a legislação nacional.

<sup>1</sup>“O termo Partes se refere aos países e outras entidades com capacidade para celebrar tratados, que tenham expressado seu consentimento para vincular-se aos mesmos e quando o tratado estiver em vigor para estes países ou entidades”. (Fonte: United Nations Treaty Collections: <http://untreaty.un.org/English/guide.asp#signatories>).



A Conferência das Partes, em decisão FCTC/COP2 (14), estabeleceu um grupo de trabalho para elaborar diretrizes para a aplicação do Artigo 5.3 da Convenção.

Sem prejuízo do direito soberano das Partes para determinar e estabelecer as suas políticas de controle do tabaco, as Partes são encorajadas a implementar essas diretrizes na extensão possível, em conformidade com a legislação nacional.

### Propósito, escopo e aplicabilidade

O uso das diretrizes para a implementação do Artigo 5.3 da Convenção terá um impacto transversal sobre as políticas de controle do tabaco dos países e sobre a implementação da Convenção, pois, como referido no preâmbulo da Convenção, as diretrizes reconhecem que a interferência da indústria do tabaco, incluindo a indústria do tabaco de propriedade estatal, atravessa uma série de áreas da política de controle do tabaco, artigos referentes especificamente às políticas de controle do tabaco e do Regimento da Conferência das Partes da Convenção-Quadro sobre Controle do Tabaco da OMS.

O propósito dessas diretrizes é garantir que os esforços para proteger o controle do tabaco dos interesses comerciais e outros garantidos para a indústria do tabaco sejam abrangentes e eficazes. As Partes deveriam implementar as medidas em todos os setores do governo que possam ter interesse em, ou capacidade de afetar as políticas de saúde pública para o controle do tabaco.

O objetivo dessas diretrizes é auxiliar as Partes<sup>2</sup> no cumprimento de suas obrigações legais sob o Artigo 5.3 da Convenção. As diretrizes foram elaboradas com base na melhor evidência científica disponível e na experiência das Partes em lidar com a interferência da indústria do tabaco.

As diretrizes aplicam-se à definição e à implementação das políticas públicas de saúde das Partes para o controle do tabaco. Elas também se aplicam a pessoas, organismos ou entidades que contribuem, ou poderiam contribuir, para a formulação, implementação, administração e execução das políticas.

---

<sup>2</sup> Quando for apropriado, essas diretrizes também se referem às organizações regionais de integração econômica.



As diretrizes são aplicáveis aos funcionários do governo, representantes e funcionários de qualquer órgão ou instituição nacional, estadual, municipal ou outra instituição pública ou paraestatal da jurisdição da Parte, bem como a qualquer pessoa que atue em seu nome. Qualquer esfera governamental (executivo, legislativo e judiciário) responsável pela definição e implementação de políticas de controle do tabaco e pela proteção dessas políticas contra os interesses da indústria do tabaco deveria ser responsabilizada.

As diversas estratégias e táticas usadas pela indústria do tabaco para interferir na definição e na implementação de medidas de controle do tabaco, tais como aquelas que as Partes da Convenção são obrigadas a implementar, estão documentadas por um vasto conjunto de evidências. As medidas recomendadas nestas diretrizes visam à proteção contra interferência não só da indústria do tabaco, mas também, quando apropriado, das organizações e indivíduos que trabalham para promover os interesses da indústria do tabaco.

Ao mesmo tempo em que as medidas preconizadas nestas diretrizes deveriam ser aplicadas pelas Partes o mais amplamente possível, para melhor alcançar os objetivos do Artigo 5.3 da Convenção, as Partes são encorajadas a implementar medidas que vão além do recomendado nestas diretrizes, adaptando-as às suas circunstâncias específicas.





## 1. PRINCÍPIOS NORTEADORES

**Princípio 1: Existe um conflito fundamental e irreconciliável entre os interesses da indústria do tabaco e os interesses da política de saúde pública.**

A indústria do tabaco produz e promove um produto que é cientificamente comprovado como causador de dependência química, que causa doença e morte e que dá origem a uma variedade de problemas sociais, incluindo o agravamento da pobreza. Portanto, as Partes deveriam proteger, o máximo possível, a formulação e a implementação das políticas públicas de saúde de controle do tabaco da influência da indústria do tabaco.

**Princípio 2: As Partes deveriam ser responsáveis e transparentes ao lidar com a indústria do tabaco ou com quem trabalha para promover os seus interesses.**

As Partes deveriam garantir que qualquer interação com a indústria do tabaco, sobre questões relacionadas ao controle do tabaco ou à saúde pública, seja responsável e transparente.

**Princípio 3: As Partes deveriam exigir que a indústria do tabaco e aqueles que trabalham para promover os seus interesses operem e atuem de maneira responsável e transparente.**

Deveria ser exigido da indústria do tabaco o fornecimento, às Partes, de informações para a efetiva implementação destas diretrizes.

**Princípio 4: Devido à natureza letal de seus produtos, não deveriam ser concedidos incentivos especiais ou adicionais para as companhias de tabaco se estabelecerem ou realizarem seus negócios.**

Qualquer tratamento preferencial dado à indústria do tabaco estaria em conflito com a política de controle do tabaco.





## 2. RECOMENDAÇÕES

As atividades a seguir são recomendadas para lidar com a interferência da indústria do tabaco nas políticas de saúde pública:

(1) Aumentar a conscientização sobre a natureza aditiva e nociva dos produtos do tabaco e sobre a interferência da indústria do tabaco nas políticas de controle do tabaco pelas Partes.

(2) Estabelecer medidas para limitar as interações com a indústria do tabaco e garantir a transparência nas interações que ocorrerem.

(3) Rejeitar as parcerias e os acordos não vinculantes ou não obrigatórios com a indústria do tabaco.

(4) Evitar conflitos de interesse por parte dos representantes oficiais e funcionários do governo.

(5) Exigir que as informações fornecidas pela indústria do tabaco sejam transparentes e precisas.

(6) Desnormalizar<sup>3</sup> e, conforme for possível, regular as atividades descritas pela indústria do tabaco como “socialmente responsáveis”, incluindo, mas não se limitando às atividades descritas como “responsabilidade social corporativa”.

(7) Não dar tratamento preferencial à indústria do tabaco.

(8) Tratar as companhias estatais de tabaco como qualquer outra indústria do tabaco.

---

<sup>3</sup> Neologismo decorrente da expressão em inglês “denormalize”, cujo sentido é explicitar o caráter anômalo da indústria do tabaco que, apesar de ser um negócio legalizado, não é uma empresa como todas as demais, ou seja, qualquer atividade ou estratégia para criar aceitação social do produto e da empresa e para aumentar o consumo não deve ser encarada como normal ou aceitável.





As medidas aprovadas para proteger as políticas públicas de saúde de controle do tabaco dos interesses comerciais e outros interesses garantidos para a indústria do tabaco são listadas abaixo. As Partes são encorajadas a implementar medidas além das previstas por estas diretrizes, e nada nestas diretrizes deve impedir que uma Parte imponha exigências mais rígidas que as previstas nestas recomendações.

### **(1) Aumentar a conscientização sobre a natureza aditiva e nociva dos produtos do tabaco e sobre a interferência da indústria do tabaco nas políticas de controle do tabaco das Partes.**

Todos os setores do governo e a população necessitam conhecer e estar conscientes da interferência, passada e atual, da indústria do tabaco na definição e na implantação das políticas de saúde pública de controle do tabaco. Tal interferência requer ação específica para o sucesso da implementação de toda a CQCT.

#### **Recomendações**

1.1 As Partes deveriam, de acordo com o Artigo 12 da Convenção-Quadro, informar e educar o governo e a população sobre a natureza aditiva e nociva dos produtos de tabaco, sobre a necessidade de proteger as políticas de saúde pública para o controle do tabaco dos interesses comerciais e outros interesses garantidos para a indústria do tabaco, e sobre as estratégias e táticas usadas por essa indústria para interferir no estabelecimento e implementação das políticas públicas de saúde para o controle do tabaco.

1.2 As Partes deveriam, também, aumentar a conscientização sobre a prática da indústria do tabaco de usar pessoas, grupos de fachada e organizações afiliadas que agem, de maneira aberta ou encoberta, em seu favor ou em defesa dos seus interesses.



## **(2) Estabelecer medidas para limitar as interações com a indústria do tabaco e garantir a transparência nas interações que ocorrerem.**

Na definição e na implementação de políticas públicas de saúde referentes ao controle do tabaco, qualquer interação necessária com a indústria do tabaco deveria ser realizada pelas Partes de tal modo a evitar a criação de qualquer percepção de uma real ou potencial parceria, ou de cooperação resultante de, ou em função de tal interação. No caso de a indústria do tabaco se engajar em qualquer conduta que possa criar tal percepção, as Partes deveriam agir para prevenir ou corrigir essa percepção.

### **Recomendações**

2.1 As Partes deveriam interagir com a indústria do tabaco apenas quando necessário, e na medida estritamente necessária, para que possam efetivamente regular a indústria e os produtos do tabaco.

2.2 Sempre que as interações com a indústria do tabaco forem necessárias, as Partes deveriam assegurar que tais interações sejam conduzidas de forma transparente. Sempre que possível, as interações deveriam ser conduzidas em público, por exemplo, por meio de audiências públicas, da divulgação pública dessa interação e da divulgação dos registros de tais interações para o público.

## **(3) Rejeitar parcerias e acordos não vinculantes ou não obrigatórios com a indústria do tabaco.**

A indústria do tabaco não deveria ser um parceiro em nenhuma iniciativa ligada à definição ou à implementação de políticas públicas de saúde, dado que os seus interesses estão em conflito direto com os objetivos da saúde pública.

### **Recomendações**

3.1 As Partes não deveriam aceitar, apoiar ou endossar parcerias e acordos não vinculantes ou não obrigatórios, bem como qualquer



acordo voluntário com a indústria do tabaco ou com qualquer entidade ou pessoa que trabalhe para promover os seus interesses.

3.2 As Partes não deveriam aceitar, apoiar ou endossar que a indústria do tabaco organize, promova, participe ou execute quaisquer iniciativas voltadas para o público jovem, para a educação da população ou outras iniciativas que estejam relacionadas direta ou indiretamente com o controle do tabaco.

3.3 As Partes não deveriam aceitar, apoiar ou endossar qualquer código de conduta voluntário ou instrumento elaborado pela indústria do tabaco que seja oferecido como um substituto para as medidas legais de controle do tabaco.

3.4 As Partes não deveriam aceitar, apoiar ou endossar qualquer oferta de assistência ou proposta de legislação de controle do tabaco, ou política elaborada pela indústria do tabaco ou em colaboração com a mesma.

#### **(4) Evitar conflitos de interesse por parte dos representantes oficiais e funcionários do governo.**

O envolvimento de organizações ou indivíduos com interesses comerciais ou outros interesses garantidos para a indústria do tabaco nas políticas públicas de saúde de controle do tabaco tem grande probabilidade de ter um efeito negativo. Regras claras sobre conflitos de interesse para representantes oficiais e empregados do governo que trabalham no controle do tabaco são essenciais para proteger tais políticas da interferência da indústria do tabaco.

Pagamentos, presentes e serviços, em dinheiro ou de outras formas, bem como financiamento de pesquisa, oferecidos pela indústria do tabaco para as instituições governamentais, funcionários ou empregados, podem criar conflitos de interesse. Os conflitos de interesse são criados mesmo se uma promessa de favorecimento não é dada em troca, pois existe um potencial de que interesses pessoais influenciem responsabilidades oficiais,



como é reconhecido pelo Código de Conduta para Funcionários Públicos da Assembleia Geral das Nações Unidas e por diversas organizações governamentais e regionais de integração econômica.

### Recomendações

4.1 As Partes deveriam estabelecer, por mandato, uma política de divulgação e gestão dos conflitos de interesse que se aplique a todas as pessoas envolvidas na definição e implementação de políticas públicas de saúde de controle do tabaco, incluindo representantes oficiais do governo, funcionários, consultores e prestadores de serviços.

4.2 As Partes deveriam formular, adotar e implementar um código de conduta para os funcionários públicos, prescrevendo normas que deveriam ser respeitadas nas suas interações com a indústria do tabaco.

4.3 As Partes não deveriam celebrar contratos para realizar qualquer trabalho relacionado com a definição e implementação de políticas públicas de saúde de controle do tabaco com candidatos ou proponentes que tenham conflitos de interesse com o estabelecimento das políticas de controle de tabaco.

4.4 As Partes deveriam desenvolver políticas claras que exigissem dos titulares de cargos públicos, que têm ou tenham tido um papel na definição e implementação de políticas públicas de saúde de controle do tabaco, que informem suas instituições sobre qualquer intenção de se inserir em atividade ocupacional na indústria do tabaco, remunerada ou não, válido para um período especificado de tempo após sua saída.

4.5 As Partes deveriam desenvolver políticas claras que exigissem dos candidatos a cargos públicos, que têm um papel na definição e implementação de políticas públicas de saúde de controle do tabaco, que eles declarem qualquer atividade ocupacional com a indústria do tabaco, atual ou passada, remunerada ou não.



4.6 As partes deveriam exigir dos representantes oficiais do governo que declarem e renunciem a interesses diretos na indústria do tabaco.

4.7 As instituições governamentais e os seus órgãos não deveriam ter qualquer interesse financeiro na indústria do tabaco, a menos que sejam responsáveis pela gestão dos interesses das Partes na indústria do tabaco de propriedade estatal.

4.8 As Partes não deveriam permitir que qualquer pessoa empregada da indústria do tabaco ou de qualquer entidade que trabalhe para promover seus interesses seja membro de qualquer órgão governamental, comissão ou conselho que defina ou implemente políticas de controle do tabaco ou de saúde pública.

4.9 As Partes não deveriam nomear nenhuma pessoa empregada da indústria do tabaco ou de qualquer entidade que atue para promover seus interesses, como integrante das delegações, para as reuniões da Conferência das Partes, seus órgãos subsidiários ou quaisquer outros estabelecidos em função das decisões da Conferência das Partes.

4.10 As Partes não deveriam permitir que qualquer representante oficial ou funcionário do governo ou de qualquer órgão paraestatal aceite pagamentos, doações ou serviços, monetários ou em outras formas, da indústria do tabaco.

4.11 Considerando a legislação nacional e os princípios constitucionais, as Partes deveriam ter medidas eficazes para proibir contribuições da indústria do tabaco ou de qualquer entidade que trabalhe para promover seus interesses, partidos políticos, candidatos ou campanhas, ou exigir a divulgação completa de tais contribuições.

#### **(5) Exigir que as informações fornecidas pela indústria do tabaco sejam transparentes e precisas.**

Para adotar medidas eficazes, a fim de prevenir a interferência da indústria do tabaco nas políticas públicas de saúde, as Partes necessitam



de informações sobre suas atividades e práticas, garantindo, assim, que a indústria opere de forma transparente. O Artigo 12 da Convenção requer que as Partes promovam o acesso público a tais informações em conformidade com a legislação nacional.

O Artigo 20.4 da Convenção exige, entre outras coisas, que as Partes promovam e facilitem o intercâmbio de informações sobre as práticas da indústria e do cultivo de tabaco. Em conformidade com o Artigo 20.4 (c) da Convenção, as Partes deveriam esforçar-se para cooperar com organizações internacionais competentes a fim de estabelecer e manter, progressivamente, um sistema mundial para, regularmente, recolher e divulgar informações sobre a produção e a fabricação de tabaco e as atividades da indústria do tabaco que têm impacto sobre a Convenção ou sobre atividades nacionais de controle do tabaco.

### Recomendações

5.1 As Partes deveriam adotar medidas para garantir que todas as operações e atividades da indústria do tabaco sejam transparentes.<sup>4</sup>

5.2 As Partes deveriam requerer que a indústria do tabaco e os que trabalham para promover os seus interesses apresentem, periodicamente, informações sobre a produção de tabaco, industrialização, fatia de mercado, gastos com marketing, receita e quaisquer outras atividades, incluindo *lobby*, filantropia, contribuições políticas e todas as outras atividades não proibidas pelo Artigo 13 da Convenção.

5.3 As Partes deveriam requerer regras para a divulgação ou o registro das entidades ligadas à indústria do tabaco, organizações afiliadas e indivíduos que atuem em seu nome, incluindo os lobistas.

5.4. As Partes deveriam impor penalidades para a indústria do tabaco, em caso de prestação de informações falsas ou enganosas, em conformidade com a legislação nacional.

---

<sup>4</sup> Sem prejuízo para os acordos secretos ou informações confidenciais protegidas por lei.



5.5 As Partes deveriam adotar e implementar medidas legislativas, executivas, administrativas e outras eficazes para garantir o acesso do público, em conformidade com o artigo 12(c) da Convenção, a uma ampla gama de informações sobre as atividades da indústria do tabaco relevantes para os objetivos da Convenção-Quadro, bem como estabelecer um depósito público para armazená-las.

**(6) Desnormalizar e, na medida do possível, regular as atividades descritas pela indústria do tabaco como “socialmente responsáveis” incluindo, mas não se limitando às atividades descritas como “responsabilidade social corporativa”.**

A indústria do tabaco realiza atividades descritas como socialmente responsáveis para distanciar sua imagem da natureza letal do produto que ela produz e vende ou para interferir no estabelecimento e implementação de políticas públicas de saúde. As atividades que são descritas como “socialmente responsáveis” pela indústria do tabaco, objetivando a promoção do consumo de tabaco, são uma estratégia de marketing e de relações públicas, que se enquadram na definição de publicidade, promoção e patrocínio dada pela Convenção.

A Responsabilidade Social Corporativa da indústria do tabaco é, segundo a OMS<sup>5</sup>, uma contradição inerente, dado que as atividades essenciais da indústria estão em conflito com os objetivos das políticas públicas de saúde para o controle do tabaco.

**Recomendações**

6.1 As Partes deveriam garantir que todos os setores do governo e o público sejam informados e conscientizados do verdadeiro objetivo e do âmbito das atividades descritas como socialmente responsáveis realizadas pela indústria do tabaco.

6.2 As Partes não deveriam endossar, apoiar, formar parcerias com ou participar em atividades da indústria do tabaco descritas como socialmente responsáveis.

<sup>5</sup> OMS. Indústria do tabaco e responsabilidade social corporativa - uma contradição inerente (Genebra, Organização Mundial da Saúde, 2004).



6.3 As Partes não deveriam permitir a divulgação pública, por parte da indústria do tabaco, ou qualquer outra pessoa agindo em seu nome, das atividades descritas como socialmente responsáveis ou das despesas realizadas com essas atividades, exceto quando legalmente obrigada a informar sobre tais despesas, como em relatório anual<sup>6</sup>.

6.4 As Partes não deveriam permitir que qualquer esfera do governo ou setor público aceite contribuições políticas, sociais, financeiras, educacionais, comunitárias ou outras, feitas pela indústria do tabaco ou por aqueles que atuem em defesa de seus interesses, exceto compensações decorrentes de acordos judiciais ou determinadas por lei ou por acordos juridicamente vinculantes e exigíveis.

### (7) Não dar tratamento preferencial à indústria do tabaco.

Alguns governos incentivam os investimentos da indústria do tabaco, chegando a subsidiá-los com incentivos financeiros, tais como o fornecimento total ou parcial de isenção de tributos previstos por lei.

Sem prejuízo do seu direito soberano de determinar e estabelecer suas políticas econômicas, financeiras e fiscais, as Partes deveriam respeitar os seus compromissos com o controle do tabaco.

### Recomendações

7.1 As Partes não deveriam conceder incentivos, privilégios ou benefícios para a indústria do tabaco estabelecer ou administrar seus negócios.

7.2 As Partes que não possuem indústria do tabaco de propriedade estatal não deveriam investir na indústria do tabaco ou em empresas relacionadas. As Partes que possuem indústria do tabaco de propriedade estatal deveriam garantir que qualquer investimento na mesma não as impeça de implementar integralmente a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da OMS.

7.3 As Partes não deveriam fornecer nenhuma isenção fiscal preferencial para a indústria do tabaco.

<sup>6</sup> As diretrizes para a aplicação do Artigo 13 da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da OMS abordam esse tema sob a perspectiva da publicidade, promoção e patrocínio do tabaco.





### **(8) Tratar a indústria do tabaco de propriedade estatal da mesma forma que qualquer outra indústria do tabaco.**

A indústria do tabaco pode ser estatal, não estatal ou uma combinação dos dois. Estas diretrizes se aplicam a todos os tipos de indústria do tabaco, independentemente de sua natureza.

#### **Recomendações**

8.1 As Partes deveriam assegurar que a indústria do tabaco de propriedade estatal seja tratada da mesma maneira que qualquer outra indústria do tabaco em relação ao estabelecimento à implementação da política de controle do tabaco.

8.2 As Partes deveriam assegurar que o estabelecimento e a implementação da política de controle do tabaco sejam separados do controle e gestão da indústria do tabaco.

8.3 As Partes deveriam assegurar que os representantes da indústria do tabaco de propriedade estatal não integrem as delegações para as reuniões da Conferência das Partes, seus órgãos subsidiários ou quaisquer outros estabelecidos em conformidade com as decisões da Conferência das Partes.

## **EXECUÇÃO E MONITORAMENTO**

### **Execução**

As Partes deveriam pôr em prática mecanismos locais de execução ou, conforme seja possível, utilizar mecanismos de execução existentes para cumprir as suas obrigações relativas ao Artigo 5.3 da Convenção e suas diretrizes.



## Monitorando a aplicação do Artigo 5.3 da Convenção e de suas diretrizes

O monitoramento da implementação do Artigo 5.3 da Convenção e de suas diretrizes é essencial para garantir a introdução e a implementação de políticas eficazes de controle do tabaco. Isso deve envolver também o monitoramento da indústria do tabaco, para o qual os modelos e recursos existentes deveriam ser utilizados, tais como o banco de dados sobre o monitoramento da indústria do tabaco da Iniciativa Livre do Tabaco da OMS (WHO Tobacco Free Initiative).

Organizações não governamentais e outros membros da sociedade civil não relacionados com a indústria do tabaco poderiam desempenhar um papel essencial no monitoramento das atividades da indústria do tabaco.

Códigos de conduta ou estatuto para os funcionários de todos os setores do governo deveriam incluir a função de “denunciante”, com adequada proteção dos denunciantes. Além disso, as Partes deveriam ser incentivadas a implementar e aplicar mecanismos para garantir o cumprimento destas diretrizes, tais como a possibilidade de ajuizar ações na Justiça e utilizar procedimentos de denúncia, como o sistema de ouvidoria.





### 3. COLABORAÇÃO INTERNACIONAL E ATUALIZAÇÃO E REVISÃO DAS DIRETRIZES

A cooperação internacional é essencial para o progresso na prevenção da interferência da indústria do tabaco na formulação de políticas públicas de saúde de controle do tabaco. O Artigo 20.4 da Convenção constitui a base para a coleta e o intercâmbio de conhecimentos e experiências, no que diz respeito às práticas da indústria do tabaco, levando em consideração e abordando as necessidades especiais das Partes que são países em desenvolvimento e Partes com economias em transição.

Esforços já foram feitos para coordenar a coleta e a divulgação da experiência nacional e internacional, no que diz respeito às estratégias e táticas utilizadas pela indústria do tabaco, assim como para monitorar as suas atividades. As Partes se beneficiariam da partilha de experiência legal e estratégica para combater as estratégias da indústria do tabaco. O Artigo 21.4 da Convenção prevê que o intercâmbio de informações deve estar sujeito às legislações nacionais em relação à confidencialidade e à privacidade.

#### Recomendações

Como as estratégias e táticas usadas pela indústria do tabaco evoluem constantemente, estas diretrizes deveriam ser revistas e revisadas periodicamente para assegurar que continuem a fornecer orientações eficientes às Partes na proteção de suas políticas públicas de saúde de controle do tabaco da interferência da indústria do tabaco.

Os informes das Partes, por meio dos instrumentos de informação existentes da Convenção-Quadro, deveriam fornecer informações sobre a produção e industrialização do tabaco e sobre as atividades da indústria do tabaco que afetam a Convenção ou as ações nacionais de controle do tabaco. Para facilitar esse intercâmbio, o Secretariado da Convenção-Quadro deverá assegurar que as principais disposições destas diretrizes sejam refletidas nas próximas fases dos instrumentos de relatório, que a Conferência das Partes irá gradualmente adotar para o uso pelas Partes.

Reconhecendo a suprema importância de prevenir a interferência da indústria do tabaco em qualquer política pública de saúde para o controle do tabaco, a Conferência das Partes pode, à luz da experiência adquirida com a aplicação destas diretrizes, considerar se há a necessidade de elaborar um protocolo relativo ao Artigo 5.3 da Convenção.





## 4. FONTES DE INFORMAÇÕES ÚTEIS

### Literatura relevante

BRANDT, A. M. The cigarette century. The rise, fall, and deadly persistence of the product that defined America. New York: Basic Books, 2007.

CHAPMAN, S. Making smoking history. Public health advocacy and tobacco control. Oxford: Blackwell Publishing, 2007.

CALLARD, C.; THOMPSON, D.; COLLISHAW, N. Curing the addiction to profits: a supply-side approach to phasing out tobacco. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives and Physicians for a Smoke-free Canada, 2005.

FELDMAN, E. A.; BAYER, R. (Editors). Unfiltered: conflicts over tobacco policy and public health. Boston: Harvard University Press, 2004.

GILMORE, A. et al. Continuing influence of tobacco industry in Germany. *Lancet*, 2002, 360:1255.

HASTINGS, G.; ANGUS, K. The influence of the tobacco industry on European tobacco control policy. In: *Tobacco or health in the European Union. Past, present and future*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Commission, 2004:195–225.

LAVACK, A. Tobacco industry denormalization campaigns: a review and evaluation. Ottawa: Health Canada, 2001.

MAHOOD, G. Tobacco industry denormalization. Telling the truth about the tobacco industry's role in the tobacco epidemic. Toronto: Campaign for Tobacco Industry Denormalization, 2004.

PAN AMERICAN HEALTH ORGANIZATION. Profits over people. Tobacco industry activities to market cigarettes and undermine public health



in Latin America and the Caribbean. Washington DC: Pan American Health Organization, 2002.

SIMPSON, D. Germany: still sleeping with the enemy. *Tobacco Control*, 2003, 12:343–344.

HAMMOND, R.; ROWELL, A. *Trust us. We're the tobacco industry*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Tobacco company strategies to undermine tobacco control activities at the World Health Organization*. Geneva: World Health Organization, 2000.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Tobacco industry and corporate social responsibility – an inherent contradiction*. Geneva: World Health Organization, 2004.

YACH, D.; BIALOUS, S. Junking science to promote tobacco. *American Journal of Public Health*, 2001, 91:1745–1748.

### Recursos da Web

Sites da OMS:

Tobacco Free Initiative: <http://www.who.int/tobacco/en/>

WHO publications on tobacco:

<http://www.who.int/tobacco/resources/publications/en/>

WHO European Regional Office:

<http://www.euro.who.int/healthtopics/HT2ndLv1Page?HTCode=smoking>

Tobacco control in the Americas (in English and Spanish):

<http://www.paho.org/english/ad/sde/ra/Tobabout.htm>



Sites com informação geral, regional ou nacional e tópicos relacionados ao controle do tabaco:

Action on Smoking and Health, UK (and special page for the tobacco industry): [http://www.newash.org.uk/ash\\_r3iitasl.htm](http://www.newash.org.uk/ash_r3iitasl.htm)

Corporate Accountability International and the Network for Accountability of Tobacco Transnationals: [www.stopcorporateabuse.org](http://www.stopcorporateabuse.org)

Economics of tobacco control: <http://www1.worldbank.org/tobacco/>

European Commission:  
[http://ec.europa.eu/health/ph\\_determinants/life\\_style/Tobacco/tobacco\\_en.htm](http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/tobacco_en.htm)

European Network for Smoking Prevention: <http://www.ensp.org/>

Framework Convention Alliance for Tobacco Control: <http://www.fctc.org/>

International Union for Health Promotion and Education:  
<http://www.iuhpe.org/?page=18&lang=en>

Model Legislation for Tobacco Control manual:  
[http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications\\_report2](http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications_report2)

Tobacco industry:  
[http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco\\_ind.htm](http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco_ind.htm)

Smokefree Partnership: <http://www.smokefreepartnership.eu/>

Thailand Health Promotion Institute: <http://www.thpinhf.org/>

Tobaccopedia: the online tobacco encyclopaedia: <http://www.tobaccopedia.org/>





Mais links para sites de tabaco:

Sites nacionais e internacionais diversos de controle do tabaco

<http://www.tobacco.org/resources/general/tobsites.html>

National tobacco control web sites:

<http://www.smokefreepartnership.eu/National-Tobacco-Control-websites>

Centre de ressources anti-tabac: <http://www.tabac-info.net/>

Comité National Contre le Tabagisme (France): <http://www.cnct.org>

Office Français de Prévention du Tabagisme: <http://www.ofp-asso.fr/>

Latest news on smoking and tobacco control:

<http://www.globalink.org/news/fr>

Ministère de la santé, de la jeunesse et des sports: <http://www.sante.gouv.fr/>

Latest news on smoking and tobacco control:

<http://www.globalink.org/news/es>

## **PARTE II**

### **ARTIGO 8º: PROTEÇÃO CONTRA A EXPOSIÇÃO À FUMAÇA DO TABACO**





# 1. PROPÓSITO, OBJETIVOS E CONSIDERAÇÕES PRINCIPAIS

## 1.1 Propósito das diretrizes

Conforme outras provisões da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT) e as intenções da Conferência das Partes (COP), estas diretrizes pretendem auxiliar as Partes a alcançarem suas obrigações, previstas pelo Artigo 8º da Convenção. Baseiam-se nas melhores evidências e na experiência das Partes que implementaram, com êxito, medidas eficazes para reduzir a exposição à fumaça do tabaco.

Estas diretrizes contêm princípios e termos relevantes, assim como recomendações para os passos necessários a fim de que se cumpram as obrigações da CQCT. Além disso, identificam medidas necessárias para atingir proteção eficaz contra as ameaças do tabagismo passivo. As Partes são estimuladas a usar estas diretrizes não apenas para preencher as obrigações legais da CQCT, mas também para seguir as melhores práticas de proteção à saúde pública.

## 1.2 Objetivos das diretrizes

Estas diretrizes têm dois objetivos interligados. O primeiro é auxiliar as Partes no cumprimento de suas obrigações, conforme o Artigo 8º da CQCT, de acordo com as evidências científicas relacionadas à exposição à fumaça ambiental de tabaco e com a melhor prática em nível mundial para implementação de medidas a fim de tornar os ambientes livres da fumaça de tabaco, visando a atingir um alto padrão de responsabilidade no cumprimento do tratado e a auxiliar as Partes a promover o mais alto nível de saúde alcançável. O segundo objetivo é identificar os elementos-chave necessários para que a legislação proteja efetivamente as pessoas da exposição à fumaça do tabaco como requisita o Artigo 8º.



### 1.3 Considerações fundamentais

A construção destas diretrizes foi influenciada pelas seguintes considerações fundamentais:

- a) O dever de se proteger a população da fumaça do tabaco, inserido no texto do Artigo 8º, tem como base os direitos humanos e as liberdades fundamentais. Dados os perigos de se respirar a fumaça ambiental de tabaco, o dever de proteção quanto à fumaça do tabaco está implícito, entre outras coisas, no direito à vida e no direito ao mais alto padrão de saúde possível, conforme reconhecido em muitos documentos legais internacionais (incluindo a Constituição da Organização Mundial da Saúde (OMS), a Convenção dos Direitos da Criança, a Convenção para Eliminar Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, e a Convenção dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais), bem como formalmente incorporado no preâmbulo da CQCT e reconhecido nas Constituições Federais de diversos países.
  
- b) O dever de proteger os indivíduos da fumaça do tabaco corresponde a uma obrigação governamental de implementar leis que os protejam contra as ameaças aos seus direitos e liberdades fundamentais. Essa obrigação se estende a todos, não somente a certas populações.
  
- c) Diversos organismos científicos competentes já determinaram que a fumaça ambiental do tabaco é carcinogênica. Alguns Estados-Partes da CQCT (por exemplo, Finlândia e Alemanha) classificaram a fumaça ambiental do tabaco como cancerígena e incluíram a prevenção à sua exposição em ambientes de trabalho em suas legislações de saúde e segurança. Além das obrigações do Artigo 8º, de agora em diante, as Partes podem ser obrigadas a enquadrar as ameaças decorrentes da exposição à fumaça de tabaco de acordo com a legislação trabalhista já existente ou com outras leis que regulem a exposição a substâncias nocivas, incluindo as carcinogênicas.



## 2. DECLARAÇÃO DE PRINCÍPIOS E DEFINIÇÕES RELEVANTES REFERENTES À PROTEÇÃO CONTRA A EXPOSIÇÃO À FUMAÇA DO TABACO

### 2.1 Princípios

Conforme o Artigo 4º da CQCT, faz-se necessário um envolvimento político forte para adotar medidas a fim de proteger a todos da exposição à fumaça de tabaco. Os seguintes princípios acordados deveriam guiar a implementação do Artigo 8º da Convenção:

#### Princípio 01

Medidas eficazes para prover a proteção à exposição requerem a total eliminação do ato de fumar e da fumaça em determinados espaços ou ambientes, como previsto do Artigo 8º da CQCT/OMS, para se conseguir criar ambientes 100% livres da fumaça de tabaco. Não há níveis seguros de exposição, logo, proposições tais como limites máximos aceitáveis para a toxicidade da fumaça ambiental de tabaco deveriam ser rejeitadas, pois são contrariadas por evidências científicas. Iniciativas diferentes da eliminação total da fumaça de tabaco, tais como a ventilação, a filtragem do ar e o uso de áreas exclusivas para fumar (com ou sem separação por sistemas de ventilação), repetidamente, têm-se mostrado ineficientes e há evidências conclusivas, científicas e outras, de que nenhum mecanismo de engenharia consegue proteger os indivíduos da exposição à fumaça de tabaco.

#### Princípio 02

Todas as pessoas deveriam ser protegidas da exposição à fumaça de tabaco. Todos os ambientes fechados de trabalho e locais públicos fechados deveriam ser livres da fumaça de tabaco.

#### Princípio 03

É necessária uma legislação que proteja as pessoas da exposição à fumaça do tabaco. Políticas voluntárias de ambientes livres de fumo



foram repetidamente demonstradas como ineficazes e não dão a proteção adequada. Para ser eficaz, a legislação deveria ser simples, clara e possível de ser implementada.

#### Princípio 04

Bom planejamento e recursos adequados são essenciais para o sucesso da implementação e da fiscalização da legislação de ambientes livres da fumaça de tabaco.

#### Princípio 05

A sociedade civil tem um papel central em apoiar e garantir a adesão às medidas de ambientes livres da fumaça de tabaco e deveria ser incluída como parceira ativa no processo de desenvolvimento, implementação e fiscalização da legislação.

#### Princípio 06

A implementação da legislação de ambientes livres da fumaça de tabaco, sua fiscalização e impacto deveriam ser monitorados e avaliados. Isso deveria incluir monitoramento e respostas às atividades da indústria do tabaco para minar a implementação e a fiscalização da legislação, como especifica o Artigo 20.4 da CQCT da OMS.

#### Princípio 07

A proteção das pessoas contra a exposição à fumaça do tabaco deveria ser fortalecida e, se necessário, expandida. Essas ações podem incluir emendas ou novas leis, ajustes e melhorias na forma de se fiscalizar e outras medidas para incluir novas evidências científicas e experiências de estudo de casos.

## 2.2 Definições

No desenvolvimento de legislação, é importante ter cuidado na definição de termos-chave. Diversas recomendações sobre como tornar as definições apropriadas, baseadas em experiências em muitos países, estão expostas aqui. As definições nesta seção completam as que já foram incluídas na CQCT/OMS.



### 2.2.1 “Fumaça de tabaco de segunda-mão” ou “Fumaça ambiental de tabaco”

Muitos termos alternativos são comumente usados para descrever o tipo de fumaça tratado no Artigo 8º da CQCT. Esses incluem “fumaça de segunda-mão”, “fumaça ambiental do tabaco” e “fumaça de outras pessoas”. Termos como “fumaça passiva” e “exposição involuntária à fumaça do tabaco” deveriam ser evitados, já que experiência na França e em outros lugares sugere que a indústria do tabaco pode usar esses termos para apoiar uma posição de que é aceitável a exposição voluntária. “Fumaça de tabaco de segunda-mão”, algumas vezes abreviada como “FSM”, e “fumaça ambiental de tabaco”, algumas vezes abreviada como “FAT”, são os termos preferíveis, usados nestas diretrizes.

A fumaça de tabaco de segunda-mão pode ser definida como “a fumaça emitida pela ponta acesa de cigarros e de outros produtos derivados do tabaco, geralmente combinada com a fumaça exalada pelo fumante”.

Ar livre da fumaça do tabaco é o ar que está 100% livre de fumaça do tabaco. Essa definição inclui, mas não se limita ao ar em que a fumaça do tabaco não pode ser vista, cheirada, sentida ou medida.<sup>7</sup>

### 2.2.2 “Fumar”

Essa definição deveria abranger posse ou controle de produto derivado do tabaco aceso, independente de estar sendo inalado ou exalado.

### 2.2.3 “Local público”

Ainda que a definição exata de local público varie entre jurisdições, é importante que a legislação defina esse termo o mais amplamente possível. A definição utilizada deveria abranger todos os lugares acessíveis ao público em geral ou locais de uso coletivo, independente de propriedade ou direito de acesso.

---

<sup>7</sup> É possível que existam no ar elementos constituintes da fumaça do tabaco em quantidade pequena demais para ser medida. Deveria ser dada atenção à possibilidade de a indústria do tabaco ou o setor de hospitalidade tentarem explorar as limitações dessa definição.





### 2.2.4 “Interno” ou “fechado”

O Artigo 8º requer proteção à fumaça do tabaco em ambientes de trabalho “fechados” e locais públicos. Considerando que há armadilhas potenciais em se definir um ambiente como “fechado”, as experiências de vários países ao definir esse termo deveriam ser especificamente examinadas. A definição deveria ser tão abrangente e clara quanto possível, e deveria haver cuidado na definição a fim de se evitar a criação de listas que poderiam dar interpretação que excluiria outras áreas “fechadas”, potencialmente relevantes, que seriam erroneamente desconsideradas. Recomenda-se que a definição de ambientes “fechados” (ou “internos”) inclua qualquer espaço coberto por um telhado, ou limitado em qualquer dos seus lados por uma parede ou divisória, não importando o tipo de material utilizado no telhado, parede ou divisória, e independente de a estrutura ser permanente ou temporária.

### 2.2.5 “Local de trabalho”

Um “local de trabalho” deveria ser definido amplamente como “qualquer local utilizado por pessoas durante seu emprego ou trabalho”. Deveria incluir não apenas o trabalho remunerado, mas também o trabalho voluntário. O “local de trabalho” inclui não apenas o local onde o trabalho é executado, mas também todos os anexos ou locais associados, comumente usados pelos trabalhadores durante a jornada de trabalho, incluindo, por exemplo, corredores, elevadores, escadas, recepções, lanchonetes, banheiros, salões, refeitórios, dependências anexas, toldos, barracas e abrigos. Veículos usados durante o trabalho também são locais de trabalho e deveriam ser especificamente identificados como tal.

Cuidado especial deveria ser dado aos locais de trabalho que também são residências ou locais de moradia, como as prisões, instituições de saúde mental ou enfermarias. Esses locais também constituem ambientes de trabalho para outros, que deveriam ser protegidos da exposição à fumaça do tabaco.

### 2.2.6 “Transporte Público”

Transporte público deveria ser definido de forma a incluir qualquer veículo usado para transporte de pessoas em geral, geralmente por serviços pagos. Os táxis também deveriam ser incluídos.



## 3. O ESCOPO DA LEGISLAÇÃO EFETIVA

### 3.1 Princípios

O Artigo 8º requer a adoção de medidas efetivas para proteger as pessoas da exposição à fumaça do tabaco em: 1) ambientes fechados de trabalho; 2) espaços públicos fechados; 3) transportes públicos; e 4) “outros espaços públicos”, “quando adequado”.

Isso cria uma obrigação de prover uma proteção universal, garantindo que todos os ambientes públicos fechados, todos os ambientes de trabalho fechados, todos os transportes públicos e possivelmente outros locais públicos (abertos ou semiabertos) sejam livres da exposição à fumaça ambiental de tabaco. Nenhuma exceção é justificável com base na saúde ou argumentos legais. Se exceções tiverem de ser consideradas com base em outros argumentos, essas devem ser mínimas. Além disso, se uma Parte não puder atingir uma cobertura total de imediato, o Artigo 8º cria uma obrigação contínua para avançar, o mais breve possível, no sentido de remover qualquer exceção e tornar a proteção universal. Cada Parte deveria buscar prover proteção total em um prazo de cinco anos desde a assinatura ou ratificação da referida Parte à Convenção-Quadro.

Não há níveis seguros para a exposição à fumaça ambiental de tabaco e, conforme já acordado na COP1 [Decisão FCTC/COP1(15)], mecanismos de engenharia, tais como a ventilação, a troca do ar e o uso de áreas exclusivamente destinadas para fumar, não protegem contra a exposição à fumaça do tabaco.

Proteção deveria ser provida em todos os ambientes fechados de trabalho, incluindo veículos motores usados como locais de trabalho (táxis, ambulâncias, veículos de entrega etc).

O texto do tratado requer medidas de proteção não apenas em todos os espaços públicos “fechados”, mas também em “outros” (abertos e semiabertos) espaços públicos onde forem “adequadas”. As Partes deveriam considerar as evidências de possíveis ameaças à saúde em diversos contextos e deveriam agir na adoção das mais eficazes proteções contra a exposição onde quer que as evidências apontem que existam ameaças.





## 4. INFORMAR, CONSULTAR E ENVOLVER O PÚBLICO PARA GARANTIR O APOIO E UMA IMPLEMENTAÇÃO TRANQUILA

Conscientizar o público e os formadores de opinião sobre os riscos da fumaça ambiental de tabaco por meio de campanhas de informação contínuas é uma função importante para agências governamentais, em parceria com a sociedade civil, para garantir que o público entenda e apoie uma ação legislativa. Os atores-chave incluem executivos, sindicatos, associações empresariais, mídia, profissionais de saúde, organizações de representação infantil e juvenil, instituições de ensino e religiosas, comunidade científica e o público geral. Esses esforços deveriam incluir consultas com as empresas afetadas e outras instituições e organizações durante o desenvolvimento da legislação.

Mensagens-chave deveriam focar nos malefícios causados pela exposição à fumaça ambiental de tabaco, no fato de a eliminação do ato de fumar nos ambientes fechados ser a única solução com base científica para garantir completamente a proteção à exposição, no direito de todos os trabalhadores serem igualmente protegidos pela lei e no fato de que não há negociação entre saúde e economia, pois a experiência em um número crescente de jurisdições mostra que os ambientes livres da fumaça de tabaco beneficiam ambas. Campanhas públicas de educação deveriam também atingir locais onde a legislação pode não ser aplicável, como no interior das residências.

Ampla consulta com os interessados é essencial para educar e mobilizar a comunidade e para facilitar o apoio à legislação após sua aprovação. Uma vez que seja adotada a legislação, deveria ser feita uma campanha educativa informando sobre a implementação da lei, fornecendo informações aos proprietários de estabelecimentos e gestores de edifícios sobre a lei, suas responsabilidades e a produção de recursos, como a sinalização informativa. Essas medidas aumentariam a probabilidade de uma implementação tranquila e de altos níveis de adesão voluntária. Mensagens de incentivo aos apelos dos não fumantes e de agradecimento aos fumantes que obedecerem à lei promoverão envolvimento público na fiscalização e implementação pacífica.





## 5. EXECUÇÃO DA LEI

### 5.1 Dever de observância

Uma legislação eficaz deveria impor responsabilidades legais para o seu cumprimento por parte dos estabelecimentos afetados e dos indivíduos fumantes e prover penalidades para violações – aplicadas tanto aos estabelecimentos como possivelmente aos fumantes. A fiscalização deveria se focar ordinariamente nos estabelecimentos comerciais, estabelecendo a responsabilidade na figura do proprietário, gerente ou outra pessoa responsável pelo local, identificando claramente as ações que são requeridas. Essas obrigações deveriam incluir:

- a) a obrigação de afixar sinalização clara nas entradas e outros locais apropriados, indicando que não é permitido fumar. O formato e conteúdo da sinalização deveriam ser determinados pelas autoridades de saúde ou outras agências governamentais e poderiam indicar um número de telefone ou algum outro mecanismo de comunicação para o público relatar violações, assim como o nome da pessoa responsável pelo local, a quem as reclamações devem ser direcionadas;
- b) a obrigação de remover todos os cinzeiros das dependências do estabelecimento;
- c) a obrigação de supervisionar a observância das normas;
- d) a obrigação de adotar etapas específicas para desencorajar os indivíduos a fumar no recinto, podendo incluir o pedido para que a pessoa não fume no local, a cessação do atendimento, a solicitação para que a pessoa saia do estabelecimento e o contato com a agência fiscalizadora ou outra autoridade.

### 5.2 Penalidades

A legislação deveria especificar multa ou outra penalidade monetária pelas violações. Ao mesmo tempo em que o valor das penalidades deve necessariamente refletir as práticas e os costumes de cada país, vários



outros princípios deveriam guiar a decisão. Mais importante, as penalidades deveriam ser suficientemente grandes para impedir violações ou elas serão ignoradas ou tratadas meramente como custo do negócio pelos infratores. São necessárias penas maiores para deter os estabelecimentos infratores do que para deter violações dos fumantes individualmente, os quais geralmente possuem menos recursos. As penalidades deveriam aumentar para as violações que se repetirem e seu valor ser equivalente ao de outras infrações igualmente sérias do respectivo país.

Além de penalidades monetárias, a legislação também pode prever sanções administrativas, como a suspensão da licença para funcionamento, de acordo com a prática e sistema legal vigentes no país. Essas sanções de última instância são raramente usadas, mas são um instrumento importante para o cumprimento da lei face aos proprietários que escolherem violar a lei repetidamente.

Penalidades criminais para a violação também podem ser consideradas para inclusão se forem adequadas ao contexto legal e cultural de um país.

### 5.3 Infraestrutura da execução

A legislação deveria identificar a autoridade ou as autoridades com responsabilidade na fiscalização e incluir um sistema tanto para receber as denúncias quanto para processar os que violarem a lei.

O monitoramento deveria incluir um processo de fiscalização dos estabelecimentos denunciados. Raramente é necessário criar um novo sistema de inspeção para a fiscalização da legislação de ambientes livres da fumaça de tabaco. As denúncias podem ser ordinariamente monitoradas usando um ou mais dos mecanismos já em funcionamento para a inspeção de estabelecimentos comerciais e ambientes de trabalho. Geralmente existe uma variedade de opções para esse propósito. Em muitos países, as inspeções dos estabelecimentos denunciados podem ser integradas às inspeções de licença comercial, de saúde e sanitária, de saúde e segurança, de prevenção a incêndios ou programas similares. Pode ser útil empregarem-se diversas fontes de informação simultaneamente.

Onde for possível, o uso de inspetores ou agentes fiscalizadores no local é recomendado, pois aumenta os recursos disponíveis de fiscalização e o nível de obediência. Essa abordagem requer a criação de um mecanismo de coordenação nacional para assegurar um trabalho consistente em todo o território.



Independente do mecanismo usado, o monitoramento precisaria ser baseado em um plano de fiscalização e deveria incluir um processo de capacitação dos agentes fiscais. Um efetivo monitoramento deve combinar inspeções regulares com outras inesperadas, sem prévia marcação, assim como visitas feitas em resposta às denúncias. Essas visitas podem ser educativas no período logo após a entrada em vigor da lei, visto que grande parte dos estabelecimentos não terá tomado conhecimento da mesma. A legislação deve autorizar os fiscais a entrar nos estabelecimentos submetidos à lei, a coletar amostras e a juntar evidências, se esses poderes já não estiverem expressos em lei anterior vigente. Igualmente, deverá proibir que os estabelecimentos obstruam a entrada de fiscais no seu local de trabalho.

O custo de uma fiscalização eficiente não é excessivo. Não há necessidade de contratar um grande número de fiscais porque as inspeções podem ser realizadas junto aos programas já existentes e seus profissionais. Além disso, a experiência mostra que a legislação de ambientes livres da fumaça de tabaco rapidamente se torna autofiscalizadora, ou seja, controlada pelo próprio público. Apenas algumas poucas autuações podem ser necessárias se a legislação for implementada cuidadosamente e se os esforços para educar os proprietários de estabelecimentos e o público forem feitos.

Embora esses programas não sejam caros, são necessários recursos para educar os estabelecimentos, treinar os fiscais, coordenar o processo de inspeção e remunerar o pessoal por inspeções de estabelecimentos fora das horas normais de trabalho. Um mecanismo gerador de fundos deveria ser identificado para esse propósito. Os programas de monitoramento existentes têm usado uma variedade de fontes de fundos, incluindo destinação de parcela da arrecadação de tributos, taxa para licenciamento comercial e o uso do valor arrecadado com o pagamento de multas por quem viola a lei.

#### 5.4 Estratégias de execução

Abordagens estratégicas para o cumprimento da lei podem maximizar a adesão, simplificar a implementação da legislação e reduzir o valor necessário para fiscalização.

Em particular, atividades de fiscalização no período imediatamente posterior à entrada da lei em vigor são críticas para o seu sucesso e para o futuro sucesso do trabalho de monitoramento e fiscalização. Várias jurisdições recomendam um período inicial de fiscalização em que os estabelecimentos





que violam a lei são alertados, mas não são punidos. Essa abordagem deveria ser combinada com uma campanha educativa para os proprietários sobre suas responsabilidades frente à lei, e os estabelecimentos deveriam entender que o período de tolerância inicial será seguido por fiscalização mais rigorosa.

Quando houver um processo de fiscalização ativa, muitas jurisdições recomendam o uso de autuações de grande porte para dar visibilidade ao trabalho e estimular a prevenção. Ao identificar os mais importantes infratores, amplamente conhecidos na comunidade, agindo exemplarmente e buscando a atenção do público para essas atividades, as autoridades conseguem demonstrar seu poder e a seriedade da lei. Isso aumenta a adesão voluntária e reduz os recursos necessários para futuro monitoramento e fiscalização.

Enquanto as leis de ambientes livres da fumaça de tabaco se tornam autossustentáveis rapidamente, é, de qualquer forma, essencial que as autoridades estejam preparadas para responder firmemente a qualquer caso isolado de descumprimento. Quando uma lei entra em vigor, pode haver algum infrator ocasional que faça uma demonstração pública de desobediência à lei. Respostas firmes nesses casos evitarão novas ações similares, enquanto que indecisão pode levar rapidamente ao aumento do número de violações.

### 5.5 Mobilizar e envolver a comunidade

A eficiência de um programa de monitoramento e fiscalização é estimulada pelo envolvimento da população. Mobilizar o apoio popular e estimular a população a monitorar o cumprimento da lei e a denunciar violações aumenta de forma expressiva o alcance das agências fiscalizadoras e reduz os recursos necessários para garantir o cumprimento da lei. Na verdade, em muitas jurisdições, as denúncias populares são o principal meio de assegurar o cumprimento da lei. Por essa razão, a legislação de ambientes livres da fumaça de tabaco deveria especificar que as pessoas podem iniciar as denúncias e poderia autorizar que qualquer pessoa ou organização não governamental inicie ação para impor obediência às medidas que regulamentam a exposição à fumaça ambiental de tabaco. O programa de fiscalização deve incluir um telefone gratuito para denúncias ou sistema similar para encorajar as pessoas a relatarem violações.



## 6. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE MEDIDAS

O monitoramento e a avaliação de medidas para reduzir a exposição à fumaça do tabaco são importantes por diversas razões, por exemplo para:

- a) aumentar apoio político e público para o fortalecimento e a extensão de disposições legislativas;
- b) documentar os sucessos que informarão e auxiliarão as ações em outros países;
- c) identificar e publicar os esforços da indústria do tabaco para enfraquecer as medidas de implementação.

A extensão e complexidade do monitoramento e da avaliação variarão entre jurisdições, dependendo da expertise e da disponibilidade de recursos. No entanto, é importante avaliar o resultado das medidas implementadas, em particular o indicador-chave de exposição à fumaça ambiental de tabaco nos locais de trabalho e em ambientes públicos. Pode haver formas custo-efetivas de alcançá-lo, por exemplo, por meio do uso de dados ou informações coletadas em atividades de rotina, como as inspeções nos locais de trabalho.

Existem oito processos-chave e indicadores de resultados que deveriam ser considerados.<sup>8</sup>

### 6.1 Processos

- a) Conhecimento, atitudes e apoio da população às políticas de ambientes livres da fumaça de tabaco e, possivelmente, de grupos específicos, como, por exemplo, trabalhadores de bares.
- b) Fiscalização e adesão às políticas de ambientes livres da fumaça de tabaco.

<sup>8</sup> A política de recomendações à proteção do tabagismo passivo da OMS (Genebra, World Health Organization, 2007) prevê referências e links para o monitoramento de estudos conduzidos em qualquer lugar sobre todos esses indicadores.



## 6.2 Resultados

- a) Redução da exposição dos empregados ao tabagismo passivo em ambientes de trabalho e lugares públicos.
- b) Redução na quantidade de fumaça ambiental do tabaco no ar em ambientes de trabalho (particularmente restaurantes) e locais públicos.
- c) Redução na mortalidade e morbidade causadas pela exposição à fumaça ambiental do tabaco.
- d) Redução na exposição à fumaça ambiental do tabaco em casas particulares (residências).
- e) Mudanças na prevalência do tabagismo e nos comportamentos ligados ao tabagismo.
- f) Impactos econômicos.

# PARTE III

## ARTIGO 11: EMBALAGEM E ROTULAGEM DOS PRODUTOS DO TABACO





# 1. PROPÓSITO, PRINCÍPIOS E USO DOS TERMOS

## 1.1 Propósito

Conforme outras disposições da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT) da Organização Mundial da Saúde (OMS) e as intenções da Conferência das Partes da Convenção, estas diretrizes destinam-se a auxiliar as Partes a cumprirem suas obrigações referentes ao Artigo 11 da Convenção, e a propor medidas que as Partes possam utilizar para aumentar a eficácia das medidas de embalagem e rotulagem. O Artigo 11 estipula que cada Parte deve adotar e implementar medidas eficazes de embalagem e rotulagem dentro de um período de três anos após a entrada em vigor da Convenção para a Parte.

## 1.2 Princípios

A fim de atingir os objetivos da Convenção e seus protocolos, e para assegurar implementação bem-sucedida de suas disposições, o Artigo 4º da Convenção estabelece que as Partes deveriam ser guiadas, entre outros, pelo princípio de que cada pessoa deve ser informada sobre as consequências para a saúde, a natureza aditiva e a ameaça mortal impostas pelo consumo de tabaco e pela exposição à fumaça do tabaco.

Globalmente, muitas pessoas não estão plenamente conscientes, compreendem mal ou subestimam os riscos de morbidade e mortalidade prematura devido ao uso do tabaco e à exposição à fumaça do tabaco. Advertências sanitárias e mensagens bem projetadas nas embalagens dos produtos do tabaco têm se mostrado um meio custo-efetivo para aumentar a consciência pública sobre os efeitos do uso do tabaco na saúde e para a redução do consumo de tabaco. Advertências sanitárias, mensagens efetivas e outras medidas referentes à embalagem e rotulagem dos produtos de tabaco são componentes essenciais de uma abordagem abrangente e integrada para controle do tabaco.

As Partes deveriam considerar as evidências e as experiências dos outros países para determinar novas medidas de embalagens e rotulagem e visar à implementação das medidas mais eficazes que possam alcançar.



A colaboração internacional e o apoio recíproco, conforme previsto nos Artigos 20 e 22 da Convenção, são princípios fundamentais para o fortalecimento da capacidade das Partes para implementar totalmente e melhorar a eficácia do Artigo 11 da Convenção.

### 1.3 Uso dos termos

Para efeito destas diretrizes:

- “Medidas legais” significam qualquer instrumento jurídico que contenha ou estabeleça obrigações, exigências ou proibições de acordo com a lei relevante da jurisdição. Exemplos desses instrumentos incluem, mas não estão limitados a atos, leis, regulamentos e ordens administrativas ou executivas.
- “*Insert*” significa qualquer comunicação dentro de uma embalagem, individual e/ou pacote, comprada no varejo pelos consumidores, como uma miniatura de folheto informativo ou brochura.
- “*Onsert*” significa qualquer comunicação afixada no exterior de uma embalagem, individual e/ou pacote, comprada no varejo pelos consumidores, tais como uma brochura em miniatura abaixo da embalagem exterior de celofane, enrolada ou colada na parte externa da embalagem do cigarro.



## 2. DESENVOLVIMENTO DE REQUISITOS DE EMBALAGENS E ROTULAGENS EFICAZES

Advertências sanitárias e mensagens bem projetadas são parte de uma série de medidas eficazes para comunicar riscos à saúde e para reduzir o uso do tabaco. A evidência demonstra que a efetividade das advertências sanitárias e mensagens aumenta com sua proeminência. Em comparação com as advertências sanitárias pequenas e que utilizam somente textos, as advertências grandes e com imagens têm maior probabilidade de ser notadas, comunicam melhor os riscos para a saúde, provocam uma maior resposta emocional e aumentam a motivação dos usuários de tabaco para parar ou diminuir o consumo de tabaco. Advertências sanitárias grandes tendem a manter sua eficácia ao longo do tempo e são particularmente efetivas em comunicar os efeitos à saúde para pessoas com baixa escolaridade, como jovens e crianças. Outros elementos que aumentam a eficácia incluem colocar as advertências e mensagens sanitárias na principal área de exposição e na parte superior dessa área; usar cores em vez de apenas branco e preto; exigir que várias advertências e mensagens sanitárias circulem simultaneamente; e revisar essas advertências e mensagens periodicamente.

### 2.1 Elementos do *design*

#### 2.1.1 Localização

O Artigo 11.1(b) (iii) da Convenção estabelece que cada Parte adotará e implementará medidas eficazes para garantir que as advertências e mensagens sanitárias sejam grandes, claras, visíveis e legíveis. A localização e a disposição das advertências e mensagens sanitárias nas embalagens deverão garantir máxima visibilidade. Pesquisas indicam que as advertências e mensagens sanitárias são mais visíveis na parte superior do que na parte inferior da frente e do verso das embalagens. As Partes deveriam requerer que as advertências e mensagens sanitárias fossem posicionadas:

- Tanto na frente quanto no verso (ou em todas as principais faces, se existirem mais de duas) de cada maço e pacote, em vez de apenas em





um lado, para garantir que as advertências e mensagens sanitárias sejam altamente visíveis, reconhecendo que a área de exposição frontal é uma das mais visíveis para o usuário na maioria dos tipos de embalagens.

- Na principal área de exposição (*display*) e, em particular, na parte superior dessa área, em vez de na parte inferior, para aumentar a visibilidade.
- De tal forma que a abertura normal da embalagem não cause dano permanente ou esconda o texto ou a imagem da advertência sanitária.

As Partes deveriam considerar requerer, além das advertências e mensagens sanitárias referidas no parágrafo 8, advertências e mensagens sanitárias adicionais em todos os lados das embalagens, bem como nos inserts e onsets das embalagens.

As Partes deveriam garantir que as advertências e mensagens sanitárias não sejam obstruídas por outras marcações para a embalagem e rotulagem ou por *inserts* e *onsets* comerciais. As Partes também deveriam garantir que, ao estabelecer o tamanho e a posição de outras marcações, tais como selos fiscais e marcas, como requerido no Artigo 15 da Convenção, essas marcas não obstruam nenhuma parte das advertências e mensagens sanitárias.

As Partes deveriam considerar a introdução de outras medidas inovadoras em matéria de localização, incluindo, mas não se limitando a exigir advertências e mensagens sanitárias impressas no invólucro dos filtros dos cigarros e/ou outros materiais relacionados, tais como embalagens de tubos de cigarros, filtros e papéis, bem como outros instrumentos, como aqueles usados para fumar cachimbo d'água (narguilé).

### 2.1.2 Tamanho

O artigo 11.1 (b) (iv) da Convenção estabelece que as advertências e mensagens sanitárias nas embalagens e rótulos dos produtos de tabaco deveriam ter 50% ou mais, mas não menos do que 30%, das principais áreas expostas. Dada a evidência de que a eficácia das advertências e mensagens sanitárias aumenta com a sua dimensão, as Partes deveriam considerar usar advertências e mensagens sanitárias que abrangessem mais de 50% das principais áreas expostas e procurar cobrir o máximo possível das principais



áreas expostas. O texto das advertências e mensagens sanitárias deve ser em negrito, em um tamanho de letra facilmente legível, no estilo especificado e com cores que garantam total visibilidade e legibilidade.

Se uma borda é requerida, as Partes deveriam considerar excluir o espaço dedicado à moldura das advertências e mensagens sanitárias do próprio tamanho dessas advertências e mensagens quando calcular a porcentagem da área exposta ocupada por eles, ou seja, o espaço dedicado à borda deve ser adicionado ao percentual total do espaço ocupado pelas advertências e mensagens sanitárias e não incluído dentro dele.

### 2.1.3 Utilização de pictogramas

O Artigo 11.1 (b) (v) da Convenção estabelece que as advertências e mensagens sanitárias nas embalagens e rótulos dos produtos de tabaco podem ser na forma de ou incluir imagens ou pictogramas. A evidência mostra que as advertências e mensagens sanitárias que contêm imagens e texto são muito mais eficazes do que aquelas que contêm apenas texto. Elas também têm a vantagem adicional de potencialmente atingir as pessoas com baixo nível educacional e aquelas que não sabem ler a(s) língua(s) em que o texto das advertências e mensagens sanitárias foi escrito. As Partes deveriam exigir fotos ou pictogramas culturalmente apropriados, coloridos, nos seus requerimentos para a embalagem e rotulagem. As partes deveriam considerar a utilização de advertências sanitárias ilustradas em ambas as principais áreas expostas (ou em todas as principais faces, se houver mais de duas) das embalagens dos produtos do tabaco.

Evidências mostram que, quando comparado com as advertências e mensagens sanitárias que utilizam somente texto, aquelas com fotos:

- têm maior probabilidade de serem notadas;
- são classificadas como mais eficazes pelos usuários de tabaco;
- tendem a continuar em evidência ao longo do tempo;
- comunicam melhor os riscos à saúde do consumo de tabaco;
- provocam mais reflexão sobre os riscos do uso do tabaco para a saúde e sobre a cessação;
- aumentam a motivação e a vontade de deixar de fumar;
- são associadas com mais tentativas de deixar de fumar.



As advertências e mensagens sanitárias com pictogramas podem também perturbar o impacto da imagem da marca nas embalagens e diminuir a atratividade geral da embalagem.

Quando criarem imagens para o uso nas embalagens dos produtos do tabaco, as Partes deveriam obter, quando possível, os direitos autorais das imagens ao invés de permitir que os designers gráficos ou outras fontes retenham os mesmos. Isso proporciona máxima flexibilidade para utilizar as imagens para outras intervenções de controle do tabaco, incluindo campanhas de mídia e na Internet. Isso pode também permitir às Partes conceder licenças a outras jurisdições para utilizar as imagens.

#### 2.1.4 Cor

O uso da cor, em oposição ao preto e branco, afeta a percepção geral dos elementos pictóricos das advertências e mensagens sanitárias. Portanto, as Partes deveriam requerer cores (quatro cores de impressão), em vez de preto e branco, para os elementos pictóricos das advertências e mensagens sanitárias. As partes deveriam selecionar cores contrastantes para o fundo do texto a fim de aumentar a perceptibilidade e maximizar a legibilidade dos elementos do texto-base das advertências e mensagens sanitárias.

#### 2.1.5 Rotatividade

O Artigo 11.1 (b) (ii) da Convenção estabelece que as advertências e mensagens sanitárias devem ser rotativas. A rotatividade pode ser implementada por meio de várias advertências e mensagens que aparecem simultaneamente ou pela fixação de uma data após a qual advertência e mensagem sanitárias serão alteradas. As Partes deveriam considerar o uso de ambos os tipos de rotatividade.

O efeito novidade de advertências e mensagens sanitárias é importante, pois as evidências sugerem que o impacto das advertências e mensagens sanitárias que são repetidas tende a diminuir ao longo do tempo, considerando que a troca das advertências e mensagens sanitárias está associada com uma maior eficácia. A rotatividade das advertências e mensagens sanitárias e as mudanças no seu *layout* e design são importantes para manter o impacto e aumentar o seu destaque.



As Partes deveriam especificar o número de advertências e mensagens sanitárias que irão aparecer simultaneamente. As Partes deveriam também requerer que as advertências e mensagens sanitárias em uma série específica sejam impressas de modo que cada uma apareça em igual número nas embalagens do varejo, não apenas para cada família de marcas, mas também para cada marca dentro da família de marcas, para cada tipo e tamanho de embalagem.

As Partes deveriam considerar a criação de dois ou mais conjuntos de advertências e mensagens sanitárias, especificando, desde o início, a alternância, após um determinado período, como a cada 12 ou 36 meses. Durante os períodos de transição, quando um conjunto antigo de advertências e mensagens sanitárias está sendo substituído por um novo conjunto, as Partes deveriam prever uma fase de transição para a rotatividade entre os conjuntos de advertências e mensagens sanitárias, durante a qual ambos os conjuntos podem ser utilizados simultaneamente.

### 2.1.6 Conteúdo das mensagens

Usar uma variedade de advertências e mensagens sanitárias aumenta a probabilidade de impacto, dado que diferentes advertências e mensagens ressoam em pessoas diferentemente. As advertências e mensagens sanitárias deveriam abordar diferentes questões relacionadas ao uso do tabaco, além dos efeitos prejudiciais à saúde e do impacto da exposição à fumaça do tabaco, tais como:

- Aconselhamento sobre cessação.
- Natureza aditiva do tabaco.
- Resultados econômicos e sociais adversos (por exemplo, o custo anual da compra dos produtos do tabaco).
- Impacto do uso do tabaco em pessoas afetivamente próximas (doença prematura de um pai em razão do uso do tabaco, por exemplo, ou a morte de um ente querido em virtude da exposição à fumaça do tabaco).

As Partes deveriam considerar também um conteúdo inovador para outras mensagens, como os resultados ambientais adversos e as práticas da indústria do tabaco.



É importante transmitir as advertências e mensagens de forma eficaz; o tom deveria ser impositivo e informativo, mas não de julgamento. As advertências e mensagens sanitárias também deveriam ser apresentadas em linguagem simples, clara e concisa, que seja culturalmente apropriada. As advertências e mensagens sanitárias podem ser apresentadas em vários formatos, tais como depoimentos e informações positivas de apoio.

Evidências sugerem que as advertências e mensagens sanitárias tendem a ser mais eficazes se evocarem associações emocionais negativas com o uso do tabaco e se a informação é personalizada, assim, as advertências e mensagens sanitárias ganham credibilidade e tornam-se pessoalmente relevantes. As advertências e mensagens sanitárias que geram emoções negativas, como o medo, podem ser eficazes, particularmente quando combinadas com informações desenvolvidas para aumentar a motivação e a confiança dos usuários de tabaco em sua capacidade de deixar de fumar.

O fornecimento de informação sobre cessação e sobre fontes específicas de apoio à cessação de fumar nas embalagens, tais como o endereço de sites ou números de telefones de apoio gratuitos, pode ser importante para ajudar os fumantes a mudarem o comportamento. As Partes deveriam estar cientes de que um aumento da demanda nos serviços relacionados com a cessação poderá necessitar de recursos adicionais.

### 2.1.7 Idioma

O Artigo 11.3 da Convenção estabelece que cada Parte exigirá que as advertências e outras informações textuais, especificadas no Artigo 11.1 (b) e Artigo 11.2, apareçam em cada maço e pacote dos produtos do tabaco, bem como em qualquer embalagem exterior e rotulagem de tais produtos, no principal idioma ou idiomas da Parte.

Nas jurisdições onde houver mais de um idioma principal, as advertências e mensagens sanitárias podem ser exibidas em cada área principal de exposição em mais de um idioma ou, alternativamente, um idioma diferente pode ser utilizado para diferentes áreas principais de exposição. Quando necessário, diferentes idiomas ou combinações de idiomas também poderiam ser usados em diferentes regiões de uma jurisdição.



### 2.1.8 Atribuição da fonte da informação

Uma declaração atribuída oferece uma fonte identificável das informações para as advertências e mensagens sanitárias nas embalagens de produtos de tabaco.

Há, no entanto, pontos de vista contraditórios sobre se ela deve ou não fazer parte das advertências e mensagens sanitárias. Alguns países fornecem a fonte da informação a fim de aumentar a credibilidade das advertências e mensagens sanitárias, enquanto outros decidem não incluir a fonte da informação com a preocupação de que possa diminuir o impacto da advertência. Sempre que a declaração da fonte da informação é necessária, ela costuma ser localizada no final da advertência sanitária, com um tamanho de fonte menor do que o restante da advertência. Em última análise, as circunstâncias específicas das Partes, tais como crenças e atitudes dos subgrupos da população-alvo, irão determinar se o uso da fonte da informação poderá aumentar a credibilidade ou reduzir o impacto.

Se for necessário, a declaração da fonte da informação deve especificar uma fonte especializada confiável, tal como a autoridade nacional de saúde. A declaração deve ser pequena o suficiente para não diminuir a perceptibilidade global e o impacto da mensagem e, ao mesmo tempo, deve ser grande o suficiente para ser legível.

### 2.1.9 Informação sobre os componentes e as emissões

O Artigo 11.2 da Convenção estabelece que cada maço, cada pacote de produto de tabaco, qualquer embalagem exterior e qualquer rotulagem desses produtos deveriam, além das advertências especificadas no Artigo 11.1 (b), conter informações relevantes sobre os constituintes e as emissões dos produtos do tabaco, tal como definido pelas autoridades nacionais.

Na execução dessa obrigação, as Partes deveriam exigir que declarações qualitativas relevantes sejam exibidas em cada maço ou pacote sobre as emissões dos produtos do tabaco. Exemplos de tais declarações incluem “a fumaça do cigarro contém benzeno, uma conhecida substância que causa câncer” e “fumar expõe você a mais de 60 produtos químicos cancerígenos”. As Partes deveriam também requerer que essa informação fosse mostrada



nas principais áreas de exposição ou em uma área de exposição alternativa (como na lateral da embalagem) não ocupada pelas advertências e mensagens sanitárias.

As Partes não deveriam exigir indicações quantitativas ou qualitativas nas embalagens e rotulagens dos produtos do tabaco relativas aos constituintes do tabaco e às emissões que possam implicar na interpretação de que uma marca é menos prejudicial do que outra, tais como a quantidade de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono, ou ainda declarações como “estes cigarros contêm níveis reduzidos de nitrosaminas”.

Os três parágrafos acima deveriam ser lidos em conjunto com os parágrafos “Evitando embalagens e rotulagens ilusórias ou enganosas”.



## 3. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE REQUISITOS DE EMBALAGEM E ROTULAGEM EFICAZES

### 3.1 Considerações sobre a categoria do produto

O Artigo 11.1 (b) da Convenção estabelece que cada Parte adotará e implementará medidas efetivas para assegurar que cada maço, cada pacote dos produtos do tabaco, qualquer embalagem exterior e qualquer rotulagem de tais produtos contenham as advertências e mensagens sanitárias. Não deveria haver isenções para as empresas de pequeno porte ou marcas, tampouco para diferentes tipos de produtos do tabaco. As Partes deveriam considerar requerer advertências e mensagens sanitárias diferentes para diferentes produtos de tabaco, tais como cigarros, charutos, tabaco para mascar, tabaco para cachimbo, bidis e tabaco para cachimbo d'água, a fim de melhor focalizar sobre os efeitos específicos na saúde relacionados a cada produto.

### 3.2 Diferentes tipos de embalagem

As Partes deveriam ter um conhecimento global sobre os diferentes tipos de embalagens dos produtos de tabaco encontrados dentro de sua jurisdição e deveriam indicar como as advertências e mensagens sanitárias propostas serão aplicadas a cada tipo e forma de embalagens, como latas, caixas, malotes, flip-tops, slide e pacotes de embrulho, embalagens transparentes, embalagem clara ou pacotes contendo uma unidade de produto.

### 3.3 Atingindo subgrupos populacionais

As Partes deveriam considerar o desenvolvimento de advertências para subgrupos alvos, como os jovens, e adaptar o número de advertências sanitárias e a rotatividade em conformidade com esses subgrupos.





### 3.4 Testes pré-comercialização

Dependendo dos recursos disponíveis e do tempo, as Partes deveriam considerar realizar testes antes da comercialização para avaliar a eficácia das advertências e mensagens sanitárias sobre a população-alvo. Testes pré-comercialização podem permitir a identificação de efeitos indesejados, tais como, inadvertidamente, o aumento do desejo de fumar e a avaliação de sua adequação cultural. Deveria ser considerado convidar organizações da sociedade civil, não relacionadas com a indústria do tabaco, para contribuir nesse processo. Em última análise, os testes pré-comercialização podem ser menos onerosos do que alterações das medidas jurídicas em uma fase posterior.

As Partes deveriam observar que os testes pré-comercialização não precisam ser longos, complexos e caros. Valiosas informações podem ser obtidas de grupos focais simples da população-alvo, além disso, há a consulta baseada na Internet, que é uma alternativa rápida e barata. Testes pré-comercialização podem ser realizados em paralelo com a elaboração de medidas legais para evitar a demora na sua implementação.

### 3.5 Informação do público e participação

As Partes deveriam informar o público sobre as propostas de introdução das novas advertências e mensagens sanitárias. O apoio da população irá ajudar as Partes na introdução das novas advertências e mensagens sanitárias. As Partes deveriam garantir, no entanto, que a informação e a participação pública não atrasem indevidamente a implementação da Convenção.

### 3.6 Atividade de suporte de comunicação

A introdução das novas advertências e mensagens sanitárias é mais eficaz quando concomitante a uma campanha educativa de informação pública ampla e coordenada. Informações oportunas deveriam ser fornecidas aos meios de comunicação, dado que a cobertura da mídia pode aumentar o impacto educativo das novas advertências e mensagens sanitárias.



## 4. DESENVOLVIMENTO DE RESTRIÇÕES DE EMBALAGEM E ROTULAGEM EFICAZES

### 4.1 Evitando as embalagens e rotulagens ilusórias ou enganosas

Artigo 11.1 (a) da Convenção especifica que as Partes deveriam adotar e implementar, em conformidade com a lei nacional, medidas eficazes para garantir que as embalagens e rotulagens dos produtos do tabaco não promovam um produto de tabaco por qualquer meio que seja falso, enganoso ou provável de criar uma impressão errada sobre as características do produto, os efeitos para a saúde, riscos ou emissões, incluindo qualquer termo, descritor, marca ou figurativo, ou outro sinal, que, direta ou indiretamente, crie a falsa impressão de que um determinado produto do tabaco é menos nocivo do que outro. Isso pode incluir termos como “baixo teor de alcatrão”, “*light*”, “*ultralight*” ou “suave”. Essa lista exemplifica, mas não limita as possibilidades de termos a serem utilizados. Na execução das obrigações, nos termos do Artigo 11.1 (a), as Partes não estão limitadas a proibir os termos especificados, mas deveriam também proibir termos que possam enganar os consumidores, como “extra”, “ultra” e similares em qualquer língua.

As Partes deveriam proibir a exibição dos números para os níveis das emissões (como alcatrão, nicotina e monóxido de carbono) nas embalagens e rótulos, inclusive quando usados como parte de um nome de marca ou marca registrada. Níveis de emissão de alcatrão, nicotina e outros derivados de máquinas de fumar não fornecem estimativas válidas da exposição humana. Além disso, não existe evidência epidemiológica ou científica conclusiva de que cigarros com menores níveis de emissão gerados pela máquina de fumar são menos prejudiciais do que cigarros com níveis mais elevados de emissão de fumaça. A comercialização de cigarros com alcatrão e nicotina declarados resultou na crença equivocada de que esses cigarros são menos prejudiciais.

As Partes deveriam impedir também a exibição da data de validade nas embalagens de tabaco e rótulos, porque isso engana ou induz os consumidores à conclusão de que os produtos de tabaco são seguros para serem consumidos em qualquer momento (no prazo de validade).



## 4.2 Embalagens genéricas

As Partes deveriam considerar a adoção de medidas para restringir ou proibir o uso de logotipos, cores, imagens de marca ou informação promocional nas embalagens que não sejam o nome da marca e o nome do produto, exibidos em uma cor e um estilo de fonte padrão (embalagem genérica). Isso pode aumentar a visibilidade e a eficácia das advertências e mensagens sanitárias, impedir que a embalagem desvie a atenção e evitar o uso de técnicas de design para embalagens pela indústria do tabaco, as quais poderiam sugerir que alguns produtos são menos prejudiciais do que outros.



## 5. MEDIDAS LEGAIS

### 5.1 Elaboração

Na elaboração de medidas legais referentes à embalagem e rotulagem dos produtos do tabaco, as Partes deveriam considerar questões como quem será o responsável pela sua administração, mecanismos disponíveis para garantir o cumprimento e a execução, bem como o nível ou os níveis de governo envolvidos.

### 5.2 Administração

As Partes deveriam identificar a autoridade ou autoridades responsáveis pela supervisão das medidas para implementação de embalagem e rotulagem dos produtos do tabaco. As Partes deveriam considerar garantir que a autoridade competente responsável seja a mesma que administre as medidas jurídicas. No caso de a administração ser responsabilidade de outra área de governo, a autoridade de saúde deve fornecer subsídios para as especificações do rótulo.

### 5.3 Escopo

As Partes deveriam garantir que os dispositivos sobre embalagem e rotulagem relacionados ao Artigo 11 da Convenção apliquem-se igualmente a todos os produtos do tabaco vendidos dentro da jurisdição e que não seja feita distinção entre os produtos que são fabricados domesticamente ou importados, ou os destinados para venda em *duty free* dentro da jurisdição de uma Parte. As Partes deveriam considerar as circunstâncias em que as medidas seriam aplicáveis aos produtos exportados.

### 5.4 Custos

As Partes deveriam assegurar que o custo de inserção de advertências e mensagens sanitárias, bem como informações sobre os constituintes e emissões, nas embalagens dos produtos do tabaco, sejam de responsabilidade da indústria do tabaco.



## 5.5 Responsabilidade

Em consonância com o Artigo 19 da Convenção, as Partes deveriam considerar incluir disposições para deixar claro que a obrigação de veicular advertências e mensagens sanitárias, ou quaisquer outras informações sobre os produtos do tabaco, não elimina ou diminui qualquer obrigação da indústria do tabaco, incluindo, mas não limitado à obrigação de alertar os consumidores sobre os riscos para a saúde decorrentes do uso do tabaco e da exposição à fumaça do tabaco.

## 5.6 Disposições específicas

As Partes deveriam garantir que especificações claras e detalhadas sejam fornecidas nas suas medidas jurídicas a fim de limitar as oportunidades para os fabricantes e importadores de tabaco de desviarem-se da aplicação das advertências e mensagens sanitárias, bem como para evitar inconsistências entre os produtos do tabaco. Na elaboração de tais medidas, as Partes deveriam rever, entre outras, a seguinte lista:

- Embalagens e produtos (consulte o parágrafo “Diferentes tipos de embalagens”).
- Idiomas a serem utilizados no texto obrigatório para as advertências e mensagens sanitárias e para as informações sobre os constituintes e as emissões na embalagem, incluindo o modo como os idiomas devem aparecer, se houver mais de um idioma.
- A prática de rotatividade e prazos, incluindo o número de advertências e mensagens sanitárias que aparecerão simultaneamente, bem como as especificações sobre os períodos de transição e prazos dentro dos quais as novas advertências e mensagens sanitárias devem aparecer.
- Práticas de distribuição a fim de obter equidade na exibição das advertências e mensagens sanitárias nas embalagens de varejo, não apenas para cada família de marca, mas também para cada marca dentro de uma família de marca, para cada tamanho e tipo de embalagem.



- O modo como o texto, as imagens e os pictogramas das advertências e mensagens sanitárias deveriam realmente aparecer nas embalagens (abrangendo a especificação de localização, redação, tamanho, cor, fonte, *layout*, qualidade de impressão), incluindo *inserts*, *onserts* e mensagens no interior do maço.
- Diferentes advertências e mensagens sanitárias para diferentes tipos de produtos do tabaco, quando adequado.
- Atribuição de fonte da informação, se for o caso, incluindo a colocação de texto e fonte (especificações detalhadas similares às advertências e mensagens sanitárias em si).
- Proibição de promoção por meios que sejam falsos, enganosos ou que possam criar uma impressão errada, de acordo com o Artigo 11.1 (a) da Convenção.

### 5.7 Documento de referência

As Partes deveriam considerar o fornecimento de um “documento de referência” que contenha exemplos, de alta qualidade visual, de como todas as advertências, mensagens sanitárias e outras informações deveriam aparecer na embalagem. Um documento de referência é útil principalmente quando a linguagem utilizada na medida jurídica não é suficientemente clara.

### 5.8 Etiquetas adesivas e capas

As Partes deveriam assegurar que rótulos adesivos, etiquetas, estojos, capas, coberturas, acondicionamento, *inserts* e *onserts* promocionais de fabricantes de tabaco não obscureçam, apaguem ou enfraqueçam as advertências e mensagens sanitárias. Por exemplo, etiquetas adesivas poderiam ser permitidas somente se elas não puderem ser removidas e forem usadas apenas em recipientes de metal ou madeira que mantenham outros produtos que não sejam cigarros.



## 5.9 Responsabilidade jurídica pelo cumprimento

As Partes deveriam especificar que fabricantes de produtos do tabaco, importadores, atacadistas e estabelecimentos varejistas que vendem produtos de tabaco tenham responsabilidade legal com o cumprimento das medidas legais de embalagens e rotulagem.

## 5.10 Sanções

A fim de impedir o não cumprimento da lei, as Partes deveriam especificar um intervalo de multas ou outras sanções proporcionais à gravidade da infração e à repetição da mesma.

As Partes deveriam considerar a introdução de qualquer outra sanção consistente com o sistema jurídico e a cultura da Parte, que possa incluir a criação de tipologias criminais e a sua efetiva execução, bem como a suspensão, limitação ou anulação da licença comercial e de importação dos produtos de tabaco.

## 5.11 Poderes de execução

As Partes deveriam considerar a possibilidade de outorgar às autoridades responsáveis pelo cumprimento da lei o poder de ordenar aos infratores a retirada dos produtos de tabaco que não cumpram as regras e de recuperar todos os gastos decorrentes dessa retirada, assim como o poder de impor sanções que considerem apropriadas, incluindo a apreensão e destruição de produtos que não se ajustem à lei. Além disso, as partes deveriam considerar tornar públicos os nomes dos infratores e a natureza dos seus delitos.

## 5.12 Prazo fornecido

A fim de assegurar a introdução oportuna das advertências e mensagens sanitárias, as medidas legais deveriam especificar um prazo no qual fabricantes, importadores, atacadistas e varejistas cumpram as novas exigências para os produtos de tabaco. O tempo atribuído precisa ser suficiente somente para permitir que os fabricantes e importadores organizem a



impressão dos novos pacotes. Considera-se que um período de até 12 meses, a partir da promulgação das medidas legais, deveria ser suficiente na maioria das circunstâncias.

### 5.13 Revisão

As Partes deveriam reconhecer que a elaboração de medidas legais para a embalagem e rotulagem dos produtos do tabaco não é um exercício feito uma única vez. As medidas legais deveriam ser revistas periodicamente e atualizadas quando surgirem novas evidências, assim como quando as advertências e mensagens sanitárias tornarem-se obsoletas. Ao conduzir análises periódicas ou atualizações, as Partes deveriam levar em consideração sua experiência na aplicação de medidas de embalagens e rotulagem, as experiências de outros países, bem como a prática da indústria nessa área. Tais revisões ou atualizações podem ajudar a identificar os pontos fracos e as lacunas e destacar as áreas em que a linguagem utilizada nas medidas deveria ser esclarecida.







## 6. FISCALIZAÇÃO

### 6.1 Infraestrutura e orçamento

As Partes deveriam considerar garantir a infraestrutura necessária para o cumprimento das atividades de fiscalização existentes. As Partes deveriam também considerar prover orçamento para tais atividades.

### 6.2 Estratégias

Para reforçar o cumprimento, as Partes deveriam informar os interessados nas exigências da lei antes que essa entre em vigor. Diferentes estratégias podem ser necessárias para diferentes interessados, tais como fabricantes de tabaco, importadores e varejistas.

As Partes deveriam considerar o uso de inspetores ou fiscais para realizar ações regulares de controle dos produtos do tabaco nas instalações de fabricação e importação, bem como nos pontos de venda, para garantir que a embalagem e a rotulagem cumpram a lei. Pode não ser necessário criar um novo sistema de inspeção se os mecanismos já existentes puderem ser ampliados para inspecionar as instalações das empresas conforme necessário. Se for o caso, os interessados deveriam ser informados de que os produtos do tabaco serão submetidos a controles regulares *in loco* nos pontos de venda.

### 6.3 Resposta ao não cumprimento

As Partes deveriam garantir que as respectivas autoridades de fiscalização estejam preparadas para responder com rapidez e decisão aos casos de não cumprimento. Respostas fortes e oportunas aos casos iniciais irão tornar claro que a adesão é esperada e facilitarão a aplicação futura. As Partes deveriam considerar tornar públicos os resultados da ação de execução a fim de enviar uma mensagem forte que o descumprimento será investigado e que medidas serão tomadas.



## 6.4 Reclamações

As Partes deveriam considerar encorajar o público a denunciar as violações a fim de prosseguir promovendo o cumprimento da lei. Pode ser útil estabelecer um ponto de contato para notificação dos casos de não cumprimento. As Partes deveriam assegurar que as denúncias serão investigadas e tratadas de forma oportuna e exaustiva.



## 7. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DAS MEDIDAS DE EMBALAGEM E ROTULAGEM

As Partes deveriam considerar o monitoramento e a avaliação das suas medidas relativas à embalagem e à rotulagem para avaliar o seu impacto, bem como para identificar onde são necessárias melhorias. Acompanhamento e avaliação também contribuem para o corpo de evidências que pode ajudar os esforços de outras Partes na implementação de suas medidas de embalagens e rotulagem.

A fiscalização do cumprimento das normas pela indústria do tabaco deveria ser iniciada imediatamente após as medidas legais entrarem em vigor e ser realizada continuamente após essa data.

### 7.1 Impacto nas populações

É importante avaliar o impacto das medidas de embalagens e rotulagem nas populações-alvo. As Partes deveriam considerar medir aspectos como percepção, compreensão, credibilidade, conhecimento, memorização e relevância pessoal das advertências e mensagens sanitárias, conhecimentos de saúde e percepção dos riscos, intenções de mudança de comportamento e mudanças reais de comportamento.

### 7.2 Linha de base e acompanhamento

As Partes deveriam considerar a adoção de estratégias para avaliar o impacto das medidas de embalagem e rotulagem tanto antes quanto em intervalos regulares após a implementação.

### 7.3 Recursos

A extensão e a complexidade das ações para avaliar o impacto das medidas de embalagens e rotulagem dos produtos do tabaco irão variar entre as Partes em função dos objetivos e da disponibilidade de recursos e competências.



## 7.4 Divulgação

As Partes deveriam considerar publicar ou colocar à disposição de outras Partes e do público os resultados obtidos a partir do monitoramento do cumprimento e da avaliação do impacto.



## 8. COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

A cooperação internacional é essencial para o progresso em uma área tão importante e em constante mutação como a do controle do tabaco. Vários artigos da Convenção preveem a troca de conhecimentos e experiências para promover o progresso na execução, com um foco especial nas necessidades de desenvolvimento dos países Partes e nas Partes com economias em transição. A cooperação entre as Partes, para promover a transferência de conhecimentos técnicos, científicos, jurídicos e tecnológicos, conforme requerido pelo Artigo 22, reforçará a aplicação do Artigo 11 da Convenção em nível mundial. Um exemplo de tal cooperação seria o fornecimento de licenças de forma rápida, fácil e sem custo, a partir de outras Partes, para outras jurisdições que pretendam utilizar as suas advertências sanitárias ilustradas. A cooperação internacional também ajudaria a garantir que as informações consistentes e precisas relativas aos produtos do tabaco sejam fornecidas globalmente.

As Partes deveriam esforçar-se para compartilhar conhecimentos jurídicos e outros, a fim de contrapor os argumentos da indústria do tabaco contra as medidas de embalagem e rotulagem.

As Partes deveriam considerar a revisão dos relatórios das outras partes, nos termos do Artigo 21 da Convenção, para melhorar o seu conhecimento da experiência internacional no que diz respeito à embalagem e à rotulagem.



# PARTE IV

## ARTIGO 13: PUBLICIDADE, PROMOÇÃO E PATROCÍNIO DO TABACO







## 1. PROPÓSITO E OBJETIVOS

O objetivo destas diretrizes é auxiliar as Partes a cumprirem as suas obrigações referentes ao Artigo 13 da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco. Elas foram desenhadas com base na melhor evidência disponível e na experiência das Partes que já implementaram com êxito medidas eficazes contra a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco. Elas orientam as Partes para a introdução e a aplicação de uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco, ou, para aquelas Partes que não estão em condições de empreender uma proibição abrangente devido às suas constituições ou princípios constitucionais, para a aplicação de restrições as mais abrangentes possíveis sobre a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco.

Estas diretrizes fornecem orientações sobre as melhores maneiras de implementar o Artigo 13 da Convenção a fim de eliminar a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco de forma eficaz, tanto em nível nacional quanto internacional.

Os seguintes princípios se aplicam:

- (a) Está bem documentado que a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco elevam o seu uso e que proibições abrangentes da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco o diminuem.
- (b) A proibição efetiva da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco deveria ser abrangente e aplicável a toda publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, como reconhecido pelas Partes da Convenção nos Artigos 13.1 e 13.2.
- (c) De acordo com as definições do Artigo 1º da Convenção, uma proibição abrangente de toda a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco se aplica a todas as formas de comunicação, recomendação ou ação comercial e a todas as formas de contribuição para qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, o efeito ou o possível efeito de promover um produto do tabaco ou o seu uso, direta ou indiretamente.



(d) A proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco deveria incluir a publicidade, a promoção e o patrocínio transfronteiriços. Isso inclui tanto a saída (*out-flowing*) de publicidade, promoção e patrocínio (proveniente do território de uma Parte para o território de outra Parte), quanto a entrada (*in-flowing*) de publicidade, promoção e patrocínio (no território da Parte).

(e) Para ser eficaz, uma proibição abrangente deveria direcionar-se a todas as pessoas ou entidades envolvidas na produção, na exposição e/ou na disseminação de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco.

(f) Monitoramento, cumprimento e sanções eficazes, apoiados e facilitados por fortes programas de educação e conscientização públicas, são essenciais para a implementação de uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco.

(g) A sociedade civil tem um papel central na construção de apoio, no desenvolvimento e na garantia do cumprimento da legislação que contemple a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco e deveria ser incluída como uma parceira ativa nesse processo.

(h) Cooperação internacional efetiva é fundamental para a eliminação da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco, tanto nacional, quanto transfronteiriça.



## 2. ESCOPO DE UMA PROIBIÇÃO ABRANGENTE

O escopo de uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco é descrito em termos gerais na subseção “Visão geral” abaixo, enquanto as subseções seguintes abordam os aspectos que poderiam representar desafios especiais para os reguladores na introdução de uma proibição abrangente.

### 2.1 Visão geral

A proibição da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco somente é eficaz se tiver uma ampla abrangência. A comunicação de marketing contemporânea envolve uma abordagem integrada da publicidade e da promoção de compra e venda de mercadorias, incluindo marketing direto, relações públicas, promoção de vendas, venda pessoal e métodos de marketing interativo pela internet. Se apenas certas formas de publicidade direta do tabaco são proibidas, a indústria do tabaco inevitavelmente desloca seus gastos para outras estratégias de publicidade, promoção e patrocínio, utilizando formas criativas indiretas para promover os produtos do tabaco e o seu uso, especialmente entre as pessoas jovens.

Portanto, o efeito da proibição parcial da publicidade sobre o consumo de tabaco é limitado. Isso é reconhecido no Artigo 13 da Convenção, que estabelece a obrigação básica de proibição da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco. De acordo com o Artigo 13.1 da Convenção, “as Partes reconhecem que uma proibição abrangente da publicidade, promoção e patrocínio reduzirá o consumo de produtos de tabaco”.

Para implementar a proibição abrangente prevista nos Artigos 13.1 e 13.2 da Convenção, as Partes deveriam proibir a publicidade, a promoção e o patrocínio, tal como definidos no Artigo 1º (c) e (g) da Convenção. O Artigo 1º (c) define “publicidade e promoção do tabaco” como “qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo”. O Artigo 1º (g) define “patrocínio do tabaco” como “qualquer forma de contribuição a qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, efeito ou possível efeito de promover direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo”.



É importante notar que “publicidade e promoção do tabaco” e “patrocínio do tabaco” abrangem a promoção não só dos produtos do tabaco particularmente, mas também do uso do tabaco em geral; não somente ações com um objetivo promocional, mas também ações que tenham um efeito promocional ou que possivelmente tenham um efeito promocional; e não apenas a promoção direta, mas também a promoção indireta. As “publicidade e promoção do tabaco” não se restringem à “comunicação”, mas também incluem as “recomendações” e “ações”, que deveriam cobrir pelo menos as seguintes categorias: a) diversos tipos de vendas e/ou regimes de distribuição<sup>9</sup>; b) as formas ocultas de publicidade ou promoção, tais como a inserção de produtos do tabaco ou o de seu uso em vários conteúdos de mídia; c) associação dos produtos de tabaco a eventos ou a outros produtos por diversos meios; d) embalagens promocionais e recursos de design do produto; e e) produção e distribuição de itens, como doces e brinquedos ou outros produtos que se assemelhem a cigarros ou a outros produtos do tabaco<sup>10</sup>. Também é importante notar que a definição de “patrocínio do tabaco” abrange “qualquer forma de contribuição”, financeira ou não, independentemente de como ou se essa contribuição é reconhecida ou divulgada.

Efeitos promocionais, diretos e indiretos, podem ser provocados pelo uso de palavras, desenhos, imagens, sons e cores, incluindo nomes de marcas, marcas registradas, logotipos, nomes de fabricantes ou importadores de tabaco e cores ou esquemas de cores associados aos produtos do tabaco, fabricantes ou importadores, ou ainda pelo uso de uma parte ou partes de palavras, desenhos, imagens e cores. Promoção de empresas de tabaco em si (às vezes referida como a promoção corporativa) é uma forma de promoção dos produtos do tabaco ou do seu uso, mesmo sem a apresentação de nomes da marca ou da marca registrada. Publicidade, incluindo a exibição e o patrocínio de acessórios, tais como papéis de cigarro, filtros e equipamentos para enrolar cigarros, bem como imitações de produtos de tabaco, também podem ter o efeito de promover os produtos do tabaco ou o seu uso.

<sup>9</sup> Por exemplo, os regimes de incentivos para os varejistas, *display* nos pontos de venda, sorteios, brindes, amostras grátis, descontos, concursos (se a compra de produtos do tabaco for necessária ou não) e promoções de incentivo ou programas de fidelização, por exemplo, cupons reembolsáveis previstos com a compra de produtos do tabaco.

<sup>10</sup> Este texto reflete o espírito do Artigo 16.1 da Convenção, que obriga cada Parte a “adotar e implementar medidas legislativas, executivas, administrativas eficazes ou outras no nível governamental apropriado para proibir a venda de produtos de tabaco a menores de idade fixado pela legislação local, legislação nacional ou dezoito anos. Essas medidas podem incluir [...] (c) proibir a fabricação e venda de doces, lanches, brinquedos ou qualquer outro objeto na forma de produtos de tabaco que possam ser atraentes para menores”.



A legislação deveria evitar conter listas de atividades proibidas que poderiam ser entendidas como exaustivas. Embora muitas vezes seja útil fornecer exemplos de atividades proibidas, quando a legislação faz isso, ela deve deixar claro que são apenas exemplos e que não cobrem toda a gama de atividades proibidas. Isso pode ficar claro usando-se termos como “incluindo, mas não limitado a” ou frases abrangentes como “ou qualquer outra forma de publicidade, promoção ou patrocínio de tabaco”.

Uma lista indicativa (não exaustiva) de formas de publicidade, promoção e patrocínio, abrangidas pela proibição do artigo 13 da Convenção, encontra-se no apêndice do presente documento.

### Recomendação

A proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco deveria abranger:

- Toda publicidade, promoção e patrocínio, sem exceções.
- Publicidade, promoção e patrocínio diretos e indiretos.
- Ações que visem à promoção e que tenham ou possam ter um efeito promocional.
- Promoção dos produtos do tabaco e de seu uso.
- Comunicações, recomendações e ações comerciais.
- Contribuição de qualquer tipo a qualquer evento, atividade ou indivíduo.
- Publicidade e promoção de nomes de marcas de tabaco e toda promoção corporativa.
- Meios de comunicação tradicionais (impresso, televisão e rádio) e todas as plataformas de mídia, incluindo filmes, internet, telefones celulares e outras novas tecnologias.

### 2.2 Venda a varejo e exposição (*display*)

A exposição em si de produtos do tabaco nos pontos de venda já constitui publicidade e promoção. A exposição é um instrumento fundamental de promoção dos produtos do tabaco e do seu uso, inclusive incentivando a compra de produtos do tabaco por impulso, dando a impressão que o uso



do tabaco é socialmente aceitável e tornando mais difícil para os fumantes deixarem de fumar. Os jovens são particularmente vulneráveis aos efeitos promocionais da exposição de produtos de tabaco.

Para garantir que os pontos de venda de produtos do tabaco não tenham quaisquer elementos promocionais, as Partes deveriam introduzir uma proibição total de qualquer exposição e da visibilidade dos produtos do tabaco nos pontos de venda, incluindo pontos de venda fixos e vendedores ambulantes. Apenas a listagem textual dos produtos e seus preços, sem qualquer elemento promocional, seria permitida. Como para todos aspectos do Artigo 13 da Convenção, a proibição é igualmente aplicável a balsas, aviões, portos e aeroportos.

Máquinas automáticas de venda deveriam ser proibidas porque constituem, pela sua simples presença, um meio de publicidade e promoção nos termos da Convenção.<sup>11</sup>

### Recomendação

A exposição e a visibilidade dos produtos do tabaco nos pontos de venda constituem publicidade e promoção e, portanto, deveriam ser proibidas. Máquinas automáticas de venda deveriam ser proibidas porque constituem, pela sua simples presença, um meio de publicidade e promoção.

### 2.3 Embalagem e características do produto<sup>12</sup>

A embalagem é um importante elemento de publicidade e promoção. A embalagem do tabaco ou as características do produto são usadas de várias formas para atrair os consumidores, promover os produtos e cultivar e promover a identidade da marca, por exemplo, por meio do uso de logotipos, cores, letras, fotos, formas e materiais nos maços, nos cigarros individuais ou em outros produtos do tabaco.

<sup>11</sup> A proibição de máquinas automáticas de venda, porque fazem publicidade e promoção, complementa as disposições do Artigo 16 da Convenção sobre a proteção dos menores. As possíveis medidas descritas no artigo 16.1 incluem "garantir que as máquinas de venda automática de tabaco sob sua jurisdição [cada Parte] não sejam acessíveis a menores e não promovam a venda de produtos de tabaco a menores", e o Artigo 16.5 estipula que "...a Parte pode, por meio de uma declaração escrita obrigatória, indicar o seu compromisso em proibir a introdução de máquinas de venda automática dentro de sua jurisdição ou, quando apropriado, a proibição total do tabaco na máquinas automáticas".

<sup>12</sup> Veja também as diretrizes para a aplicação do Artigo 11 da Convenção, que tratam da embalagem genérica no que diz respeito às advertências sanitárias e informações enganosas.



O efeito da publicidade ou promoção nas embalagens pode ser eliminado exigindo-se embalagem genérica: preto e branco ou outras duas cores contrastantes, conforme prescrito pela autoridade nacional, nada mais do que o nome da marca, o nome do produto e/ou o nome do fabricante, detalhes para contato e a quantidade do produto na embalagem, sem quaisquer logotipos ou outras características além de advertências sanitárias, de selos fiscais e de outras informações ou marcações exigidas pelo governo; estilo e tamanho da letra prescritos; e forma, tamanho e materiais padronizados. Não deveria haver publicidade ou promoção no interior ou anexadas ao maço ou aos cigarros individuais ou outros produtos do tabaco.

Se a embalagem genérica ainda não é obrigatória, a limitação deveria abranger o maior número possível das características do *design* que tornam os produtos de tabaco mais atraentes para os consumidores, tais como animais ou outras figuras, frases “divertidas”, papéis de cigarro coloridos, cheiros atraentes, novidades ou embalagens sazonais.

### Recomendação

A embalagem e o *design* do produto são importantes elementos de publicidade e promoção. As partes deveriam considerar adotar embalagem genérica para eliminar os efeitos de publicidade e promoção nas embalagens. Embalagens, cigarros ou outros produtos do tabaco não deveriam ostentar nenhuma publicidade ou promoção, incluindo as características do *design* que tornam os produtos atraentes.

### 2.4 As vendas pela internet

As vendas de tabaco pela internet inerentemente envolvem publicidade e promoção, tal como definidas na Convenção. O problema não está apenas limitado à publicidade e à promoção, mas também inclui a venda a menores, a evasão fiscal e o comércio ilícito.

A maneira mais direta de se evitar a publicidade ou a promoção do tabaco na internet é a proibição da venda de tabaco na internet.<sup>13</sup> A proibição deveria aplicar-se não apenas às entidades que vendem os produtos, mas também a outras, incluindo empresas de cartão de crédito que facilitam o pagamento e de serviços postais ou de entrega de produtos.

<sup>13</sup> Opções para a regulação das vendas pela internet estão sendo discutidas pelo Órgão de Negociação Intergovernamental no Protocolo sobre Comércio Ilícito dos Produtos do Tabaco.





Na medida em que as vendas pela internet ainda não estejam proibidas, as restrições deveriam ser impostas, permitindo apenas a listagem textual dos produtos com os preços, sem imagens ou recursos de promoção (por exemplo, quaisquer referências a preços baixos).

Dada a natureza oculta da publicidade e promoção do tabaco na internet e a dificuldade de identificar e alcançar os infratores, recursos nacionais especiais são necessários para operacionalizar essas medidas. Medidas preconizadas na Decisão FCTC/COP3 (14) para eliminar a publicidade, a promoção e o patrocínio transfronteiriços do tabaco, em especial, identificando os pontos de contato e lidando com as notificações de outras Partes, contribuiriam para assegurar que os esforços para o cumprimento nacional não fossem desvirtuados.

### Recomendação

As vendas de tabaco pela internet deveriam ser proibidas porque inerentemente envolvem publicidade e promoção do tabaco.

### 2.5 Extensão de marca (*brand stretching*) e associação de marca (*brand sharing*)

“Extensão de marca” (*brand stretching*) ocorre quando um nome de marca de tabaco, emblema, marca registrada, logotipo ou insígnia comercial ou qualquer outra característica distintiva (incluindo distintiva combinação de cores) é conectada a um produto ou serviço que não seja de tabaco, de tal forma que o produto de tabaco e o produto ou serviço que não seja de tabaco sejam suscetíveis de serem associados.

“Associação de marca” (*brand sharing*) ocorre quando um nome de marca, emblema, marca registrada, logotipo ou insígnia comercial ou qualquer outra característica distintiva (incluindo distintiva combinação de cores) de um produto ou serviço que não seja de tabaco seja ligado a um produto do tabaco ou a uma empresa de tabaco, de forma que o produto do tabaco ou a empresa e o produto ou o serviço que não seja de tabaco sejam suscetíveis de serem associados.

“Extensão de marca” e “associação de marca” deveriam ser consideradas como publicidade e promoção de tabaco, na medida em que têm por objetivo, efeito ou possível efeito promover um produto do tabaco ou o uso do tabaco, direta ou indiretamente.



## Recomendação

As Partes deveriam proibir a “extensão de marca” e a “associação de marca”, dado que são meios de publicidade e promoção de tabaco.

### 2.6 Responsabilidade social corporativa<sup>14</sup>

É cada vez mais comum as empresas de tabaco apresentarem-se como boas cidadãs corporativas, fazendo contribuições para causas merecedoras ou, de outra maneira, promovendo elementos “socialmente responsáveis” de suas práticas comerciais.

Algumas empresas de tabaco fazem contribuições financeiras ou em espécie para organizações, tais como comunitárias, de saúde, de assistência social ou ambientais, quer diretamente, quer através de outras entidades. Essas contribuições caem dentro da definição de patrocínio do tabaco no Artigo 1º (g) da Convenção e deveriam ser proibidas, como parte de uma proibição abrangente, porque o objetivo, o efeito ou o possível efeito dessa contribuição é promover um produto do tabaco ou o uso do tabaco, direta ou indiretamente.

As empresas de tabaco podem também procurar engajar-se em práticas comerciais “socialmente responsáveis” (como boas relações empregado-empregador ou gestão ambiental) que não envolvam contribuições para outras partes. Promoções para o público de outras formas louváveis de atividades deveriam ser proibidas, dado que o seu objetivo, efeito ou possível efeito é o de promover um produto do tabaco ou o uso do tabaco, direta ou indiretamente. Divulgação pública de tais informações deve ser proibida, exceto para fins de comunicação corporativa obrigatória (tais como relatórios anuais) ou para a necessária administração comercial (por exemplo, para fins de recrutamento e comunicação com fornecedores).

Campanhas de educação pública promovidas pela indústria do tabaco, como “campanha de prevenção do tabagismo entre jovens”, deveriam ser proibidas com base em que elas envolvem “contribuições” quando implementadas por outras partes ou representam promoção corporativa se conduzidas pela própria indústria.

<sup>14</sup> As Diretrizes sobre o Artigo 5.3 da Convenção, elaboradas por um grupo de trabalho, criado pela Conferência das Partes, aborda esse tema na perspectiva de proteger as políticas públicas de saúde relativas ao controle do tabaco dos interesses comerciais e outros interesses garantidos para a indústria do tabaco.



## Recomendação

As Partes deveriam proibir contribuições das empresas de tabaco a qualquer outra entidade para “causas socialmente responsáveis”, pois essa é uma forma de patrocínio. Publicidade dada às práticas de negócios da indústria do tabaco “socialmente responsáveis” deveria ser proibida, pois constitui publicidade e promoção.

### 2.7 Expressão legítima

A implementação de uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco não deve impedir a legítima expressão jornalística, artística ou acadêmica, ou o legítimo comentário social ou político. Exemplos incluem novas imagens com coincidente conteúdo relacionado ao tabaco em segundo plano, a representação de personalidades históricas ou apresentação de pontos de vista sobre a regulação ou política. No entanto, advertências ou declarações adequadas podem ser demandadas.

Em alguns casos, a expressão jornalística, artística ou acadêmica, ou o comentário social ou político podem conter elementos que não sejam justificados por motivos editoriais, artísticos, acadêmicos, sociais ou políticos e deveriam ser considerados como publicidade, promoção ou patrocínio, em vez de genuíno conteúdo editorial, artístico ou acadêmico, ou genuíno comentário social ou político. Esse é obviamente o caso se uma inserção é feita por razões comerciais relacionadas com o tabaco, por exemplo a colocação paga de produtos do tabaco ou imagens na mídia.

## Recomendação

A implementação de uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco não precisa interferir com os tipos legítimos de expressão, como jornalística, artística ou acadêmica ou um comentário legítimo social ou político. As Partes deveriam, no entanto, tomar medidas para evitar o uso de expressão jornalística, artística ou acadêmica, ou comentário social ou político para a promoção do uso do tabaco ou dos produtos do tabaco.



## 2.8 Exibições de tabaco na mídia de entretenimento

A exibição de tabaco nos produtos de entretenimento da mídia, como cinema, teatro e jogos, pode influenciar fortemente o uso do tabaco, sobretudo entre os jovens. Portanto, as Partes deveriam tomar as seguintes medidas:

- Implementar um mecanismo que, quando um produto de entretenimento da mídia exiba os produtos do tabaco, uso ou imagens de qualquer tipo, obrigue os executivos responsáveis em cada empresa envolvida na produção, distribuição ou apresentação desse produto na mídia de entretenimento a certificarem que nenhum dinheiro, presentes, publicidade gratuita, empréstimos sem juros, produtos do tabaco, assistência de relações públicas ou qualquer outra coisa de qualquer valor tenha sido dada em troca da exibição.
- Proibir a exibição de marcas de tabaco identificáveis ou imagens de marca de tabaco em associação com, ou como parte do conteúdo de qualquer produto de entretenimento da mídia.
- Exigir a exibição de propagandas antitabaco prescritas no início de qualquer produto da mídia de entretenimento que represente os produtos do tabaco, uso ou imagens.
- Implementar um sistema de avaliação ou de classificação que leve em conta a exibição dos produtos do tabaco, uso ou imagens, na avaliação ou classificação dos produtos da mídia de entretenimento (por exemplo, exigir classificação de adulto que restringe o acesso de menores) e que garanta que a mídia de entretenimento destinada a crianças (inclusive desenhos animados) não retrate produtos do tabaco, uso ou imagens.

### Recomendação

As Partes deveriam tomar medidas específicas relativas à exibição de tabaco em produtos de entretenimento da mídia, incluindo a exigência de certificação que nenhum benefício foi recebido por qualquer exibição de tabaco, proibindo o uso de marcas ou imagens de tabaco identificáveis, exigindo anúncios antitabaco e implementando um sistema de avaliação ou classificação que leve em conta as exibições do tabaco.



## 2.9 Comunicação interna do mercado de tabaco

O objetivo da proibição da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco geralmente pode ser alcançado sem a proibição da comunicação interna do comércio de tabaco.

Qualquer exceção a uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco com a finalidade de fornecer informações sobre o produto para os atores dentro do comércio do tabaco deveria ser definida e aplicada de forma estrita. O acesso a essas informações deveria ser restrito às pessoas que tomam decisões na negociação e que, conseqüentemente, necessitam da informação.

Boletins dos fabricantes de tabaco podem ser isentos da proibição abrangente sobre publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, mas apenas se forem destinados exclusivamente para empregados do fabricante, contratantes, fornecedores e outros parceiros de negócios e somente na medida em que sua distribuição seja limitada a essas pessoas ou entidades.

### Recomendação

Qualquer exceção a uma proibição abrangente da publicidade, promoção e patrocínio do tabaco para permitir a comunicação interna do comércio de tabaco deveria ser definida e aplicada de forma estrita.

## 2.10 Princípios constitucionais em relação a uma proibição abrangente

Qualquer das Partes cuja constituição ou os princípios constitucionais impõem limitações em assumir uma proibição abrangente, nos termos do artigo 13 da Convenção, deveria aplicar restrições que sejam tão abrangentes quanto possível, à luz de tais limitações. Todas as Partes são obrigadas a adotar uma proibição abrangente a menos que elas “não estejam em uma posição” de fazê-lo, “devido à [sua] Constituição ou os princípios constitucionais”. Essa obrigação deve ser interpretada no contexto do “reconhecimento que uma proibição abrangente da publicidade, promoção e patrocínio reduzirá o consumo dos produtos de tabaco” e à luz do objetivo geral da Convenção “proteger as gerações presentes e futuras das devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas geradas pelo consumo de tabaco e pela exposição à fumaça do tabaco” (Artigo 3 da Convenção).

É reconhecido que a questão de como os princípios constitucionais devem ser acomodados é determinada pelo sistema constitucional de cada Parte.



### 3. OBRIGAÇÕES RELACIONADAS COM O ARTIGO 13.4 DA CONVENÇÃO

Nos termos dos Artigos 13.2 e 13.3 da Convenção, as Partes são obrigadas a assumir uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco (ou aplicar restrições que sejam tão abrangentes quanto possíveis à luz da sua constituição ou princípios constitucionais). Pode-se esperar que persista alguma forma de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco em Partes que ainda não tenham cumprido as suas obrigações relativas aos Artigos 13.2 e 13.3 da Convenção. Além disso, algumas formas muito limitadas de comunicação comercial relevante, recomendação ou ação podem continuar a existir depois que uma proibição abrangente seja implementada e algumas formas de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco podem continuar em Partes cujas constituições ou princípios constitucionais não permitam uma proibição abrangente.

Qualquer forma de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco que não seja proibida é obrigada a atender os requisitos do Artigo 13.4 da Convenção. Notavelmente, esses requisitos incluem

proibir todas as formas de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco que promova um produto de tabaco por qualquer meio que seja falso, equivocado ou enganoso ou que possa induzir ao erro a respeito de suas características, efeitos para a saúde, riscos ou emissões (13.4 (a)); exigir que toda publicidade de tabaco e, quando aplicável, sua promoção e seu patrocínio, venha acompanhada de advertência ou mensagem sanitária ou de outro tipo de mensagem pertinente (13.4 (b)); [...] exigir, caso se não tenha adotado a proibição total a divulgação para autoridades governamentais competentes de todos os gastos da indústria do tabaco em atividades de publicidade, promoção e patrocínio ainda não proibidos (13.4 (d)).

As Partes deveriam proibir o uso de qualquer termo, descritor, marca, emblema, imagem de marketing, logotipo, cores e símbolos figurativos ou



qualquer outro sinal<sup>15</sup> que promova um produto do tabaco ou o uso do tabaco, direta ou indiretamente, por quaisquer meios que sejam falsos, deturpados ou enganosos ou que possibilitem uma impressão errada sobre as características, efeitos na saúde, riscos ou emissões de qualquer produto do tabaco ou de derivados do tabaco, ou sobre os efeitos na saúde ou perigos do uso do tabaco. Essa proibição deverá abranger, designadamente, a utilização dos termos “baixo teor de alcatrão”, “*light*”, “*ultralight*”, “*mild*”, “*extra*”, “*ultra*” e outros termos em qualquer linguagem que possam ser enganosos ou criar uma impressão errada.<sup>16</sup>

As Partes deveriam considerar dar às advertências e mensagens sanitárias ou a outras mensagens que acompanham qualquer publicidade, promoção e patrocínio do tabaco uma evidência no mínimo igual a dada à publicidade, à promoção ou ao patrocínio. O conteúdo das advertências e mensagens sanitárias requeridas deveria ser fixado pelas autoridades competentes, devendo comunicar eficazmente os riscos para a saúde e a gravidade da dependência do tabagismo, desencorajar o uso de produtos do tabaco e aumentar a motivação para abandonar o cigarro. A fim de maximizar a sua eficácia, as advertências ou outras mensagens sanitárias exigidas pelas Partes nos termos do artigo 13.4 (b) da Convenção deveriam ser consistentes com as advertências ou outras mensagens sanitárias nas embalagens que a Convenção exige nos termos do Artigo 11.

As partes deveriam exigir da indústria do tabaco a divulgação, para as autoridades governamentais relevantes, de todas as atividades de publicidade, promoção e patrocínio em que esteja engajada ou envolvida. As divulgações deveriam ser feitas em intervalos regulares, determinados por lei, e em resposta a pedidos específicos. Elas deveriam incluir, tanto no geral quanto por marca, informações sobre:

- O tipo de publicidade, promoção ou patrocínio, incluindo o seu conteúdo, forma e tipo de mídia.
- A localização e a extensão ou a frequência da publicidade, promoção ou patrocínio.
- A identificação de todas as entidades envolvidas na publicidade, na promoção e no patrocínio, incluindo a empresa de publicidade e de produção.

<sup>15</sup> Essas frases foram retiradas do Artigo 11.1(a) da Convenção, com a adição da palavra “cor”, que o grupo de trabalho reconhece pode ser usada para transmitir uma impressão enganosa sobre as características, efeitos para a saúde ou riscos dos produtos do tabaco.

<sup>16</sup> Ver o Artigo 11.1(a) e as diretrizes para o Artigo 11 da Convenção.



- O território ou territórios nos quais se pretende ter ou receber atividades transfronteiriças de publicidade, promoção ou patrocínio.
- O montante de recursos financeiros ou outros recursos para a publicidade, promoção ou patrocínio.

As Partes deveriam tornar as informações prontamente disponíveis para o público (por exemplo, através da internet)<sup>17</sup>, ao mesmo tempo em que assegure a proteção dos segredos comerciais.

Enquanto as obrigações previstas no Artigo 13.4 (d) da Convenção sobre a divulgação dos gastos pela indústria do tabaco em publicidade, promoção e patrocínio que ainda não foram proibidos somente se aplicam às Partes que não têm uma proibição abrangente, todas as Partes deveriam implementar as medidas recomendadas, em conformidade com o Artigo 13.5, que incentiva as Partes a implementarem medidas para além das suas obrigações sobre o artigo 13.4. Exigir a divulgação pela indústria do tabaco de gastos com publicidade, promoção e patrocínio em que esteja engajada pode ajudar às Partes, que consideram que têm uma proibição abrangente, a identificar qualquer publicidade, promoção ou patrocínio não abrangidos pela proibição ou exercidos pela indústria do tabaco em violação à proibição. Os requisitos de divulgação podem ter a vantagem de desencorajar a indústria do tabaco de se dedicar à publicidade, à promoção ou ao patrocínio do tabaco nos quais poderia, de outra forma, se envolver.

### Recomendação

As Partes deveriam cumprir os requisitos do Artigo 13.4 da Convenção relativos a qualquer forma de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco que não tiverem sido proibidos. As Partes deveriam proibir toda a promoção de um produto de tabaco por qualquer meio que seja falso, ilusório, enganoso ou que possa criar uma impressão errada, ordenar advertências sanitárias ou outras mensagens apropriadas e exigir a divulgação regular, pela indústria do tabaco, para as autoridades de qualquer publicidade, promoção e patrocínio em que estejam engajadas. As Partes deveriam tornar a informação divulgada prontamente disponível para o público.

<sup>17</sup> Essa disposição apoia a obrigação prevista no Artigo 12(c) para promover o acesso público a uma ampla gama de informações sobre a indústria do tabaco como relevantes para os objetivos da Convenção.







## 4. COERÊNCIA

As proibições nacionais e suas efetivas aplicações são os pilares de qualquer proibição abrangente significativa da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco em nível mundial. Plataformas de mídia contemporâneas, como a internet, filmes e transmissão por satélites, facilmente cruzam as fronteiras, e muitas formas de publicidade, promoção e patrocínio regulamentadas pelas regras nacionais, como o patrocínio de eventos, são difundidas e amplamente divulgadas para outros Estados. Além disso, a publicidade e a promoção são, frequentemente, associadas aos produtos, como itens de roupas e aparelhos tecnológicos, ou aparecem em publicações e, assim, passam de um Estado para outro quando esses itens se movem.

É óbvio que a eficácia da proibição nacional pode ser prejudicada se não houver cooperação internacional.

### 4.1 Publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços, originários do território de outra Parte (*out-flowing material*)

O Artigo 13.2 da Convenção dispõe que “a proibição abrangente deve incluir, em conformidade com o ambiente jurídico e os meios técnicos de que disponha a [cada] Parte, uma proibição total da publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços originados de seu território”.

A implementação da proibição deveria abranger, por exemplo, todas as publicações e produtos impressos ou produzidos dentro do território de uma Parte, quando esses estiverem focando as pessoas dentro do território da Parte ou as pessoas nos territórios de outros Estados. Com frequência, é difícil diferenciar as publicações ou produtos que focam ou são efetivamente utilizados no Estado de origem daqueles que focam e são usados em outros Estados.

A proibição também deveria se aplicar à colocação de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco na internet ou em outra tecnologia de comunicação transfronteiriça por qualquer pessoa ou entidade no território de uma Parte, se o material é dirigido a pessoas dentro ou fora do território da Parte.



Além disso, a proibição deveria se aplicar também a qualquer pessoa ou entidade que transmite a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco que possam ser recebidos em outro Estado.

Uma proibição abrangente da publicidade, da promoção e do patrocínio originada do território de uma Parte também deveria assegurar que os seus cidadãos – pessoas físicas ou pessoas jurídicas – não participem de publicidade, promoção ou patrocínio no território de outro Estado, independentemente de se essas serão importadas de volta aos seus Estados de origem.

#### 4.2 Publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços entrando no território de uma Parte

O Artigo 13.7 da Convenção dispõe que

as Partes que tenham proibido determinadas formas de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco terão o direito soberano de proibir as formas de publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços de produtos do tabaco que entrem nos seus respectivos territórios, bem como aplicar as mesmas penalidades previstas para publicidade, promoção e patrocínio que se originem em seus próprios territórios em conformidade com a legislação nacional.

A implementação da proibição deveria abranger, por exemplo, publicações e produtos impressos ou produzidos em outros Estados que entrem no território de uma Parte, ou dirigida a pessoas do território. As partes deveriam considerar a realização de amostragem por lotes importados de publicações impressas. Se tais publicações são impressas, publicadas ou distribuídas por cidadãos de uma Parte, ou por entidades estabelecidas no território de uma Parte, elas deveriam ser responsabilizadas, e a proibição deveria ser aplicada ao máximo possível.<sup>18</sup> A proibição deveria ser igualmente

<sup>18</sup> As partes também podem aplicar a sua proibição contra os não nacionais em algumas circunstâncias. Como lidar com nacionais de outras Partes pode ser objeto de disposições de um possível protocolo sobre publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços.



aplicável a todos os conteúdos da internet que sejam acessíveis dentro do território de uma Parte e a qualquer outro material de áudio, visual ou audiovisual transmitidos dentro ou recebidos no território de uma Parte, quer sejam ou não focados para pessoas no território da Parte.

### Recomendação

As Partes com uma proibição abrangente ou restrições à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco deveriam garantir que qualquer publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços do tabaco provenientes de seu território sejam proibidos ou restringidos do mesmo modo como a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco nacional. As Partes deveriam fazer uso de seu direito soberano de tomar ações efetivas para limitar ou prevenir qualquer publicidade, promoção e patrocínio transfronteiriços que entram no seu território, independente de serem provenientes de Partes que têm restrições ou de não Partes, reconhecendo que, em alguns casos, ações efetivas podem ter de ser abordadas em um protocolo.





## 5. ENTIDADES RESPONSÁVEIS

As entidades responsáveis deveriam ser definidas de forma ampla, abrangendo toda a cadeia de comercialização. A responsabilidade principal deve ficar com o iniciador da publicidade, da promoção e do patrocínio, geralmente os fabricantes de tabaco, distribuidores atacadistas, importadores, varejistas e seus agentes e associações.

Além disso, muitas outras entidades estão envolvidas na publicidade, na promoção e no patrocínio do tabaco e também deveriam ser responsabilizadas.

A responsabilidade não pode ser atribuída de forma idêntica a todas as entidades, dado que seus envolvimento na produção, colocação e divulgação da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco variam. No caso do patrocínio do tabaco, as entidades responsáveis são aquelas que fazem qualquer tipo de contribuição relevante, aquelas que recebem qualquer forma de contribuição relevante e de quaisquer intermediários que facilitem a realização ou recepção de qualquer forma de contribuição relevante. Quando a publicidade e a promoção do tabaco envolvem comunicação, a maneira pela qual as entidades deveriam ser responsabilizadas depende do seu papel na produção e divulgação do conteúdo da comunicação e das possibilidades que têm para controlar isso. O divulgador deve ser responsabilizado na medida em que ele está ciente, ou estava em posição de tornar-se ciente, do conteúdo da publicidade e promoção. Isso é verdadeiro para qualquer mídia ou tecnologia de comunicações que esteja envolvida, mas se aplica especialmente para controlar conteúdo na internet e divulgação via transmissão direta por satélite.

Em relação a todas as formas de mídia e comunicações:

- Pessoas ou entidades que produzem ou publicam conteúdo (por exemplo, agências de publicidade, *designers*, editores de jornais e outros materiais impressos, emissoras e produtores de filmes, programas de televisão e rádio, jogos e apresentações ao vivo, internet, telefone móvel, satélite e produtores de conteúdo de jogo) deveriam ser proibidas de incluir publicidade, promoção e patrocínio de tabaco.
- Pessoas ou entidades como mídia e organizadores de eventos, esportistas, celebridades, estrelas de cinema e outros artistas deveriam ser proibidos de se dedicar à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco.



- Obrigações específicas (por exemplo, remover ou impossibilitar o acesso ao conteúdo) deveriam ser aplicadas a outras entidades envolvidas na mídia analógica ou digital de comunicação (tais como sites de redes sociais, prestadores de serviços de internet e empresas de telecomunicações) uma vez que tenham tido conhecimento da publicidade, da promoção e do patrocínio de tabaco.

No caso de pessoa jurídica, a responsabilidade deveria, normalmente, pertencer à empresa, não a um trabalhador individual.

Um contrato, acordo ou convênio relativo à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco deveria ser considerado inválido se for acordado em violação a uma proibição abrangente.

Em relação à internet, por exemplo, existem cinco principais categorias de entidades responsáveis sobre as quais as proibições ou obrigações especiais deveriam ser impostas.

- Produtores de conteúdo criam o conteúdo ou fazem com que seja criado. Esses incluem as empresas de tabaco, agências ou produtores de programas de televisão, filmes e jogos que são distribuídos online. Os produtores de conteúdos deveriam ser proibidos de incluir a publicidade, a promoção ou o patrocínio do tabaco no conteúdo que eles produzem.
- Editores de conteúdos incluem os editores e as entidades que selecionam o conteúdo antes que sejam disponibilizados aos usuários da internet (por exemplo, sites dos jornais ou de radiodifusão na internet). Editores de conteúdo deveriam ser proibidos de incluir a publicidade, a promoção e o patrocínio de tabaco no conteúdo que disponibilizam.
- Hospedeiros de conteúdo são entidades que controlam servidores de computação conectados à internet nos quais o conteúdo é armazenado, incluindo as entidades que agregam conteúdo produzido por outros sem selecionar o conteúdo antes de torná-lo disponível aos usuários da internet (tais como os sites de relacionamento social na internet). Hospedeiros de conteúdo deveriam ser obrigados a remover ou desabilitar o acesso à publicidade, à promoção e ao patrocínio de tabaco, uma vez que tenham tornado-se conscientes do conteúdo.



- Navegadores de conteúdo são entidades, como as ferramentas de busca na internet, que facilitam os serviços de localização de conteúdo pelos usuários do serviço de comunicação. Navegadores de conteúdo deveriam ser obrigados a desabilitar o acesso à publicidade, à promoção e ao patrocínio de tabaco depois de terem tido conhecimento do conteúdo.
- Provedores de acesso são as entidades que fornecem acesso aos usuários finais dos serviços de comunicação, como provedores de internet e empresas de telefonia móvel. Prestadores de acesso deveriam ter a obrigação de desabilitar o acesso à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco, após terem tido conhecimento do conteúdo.

Ao contrário das obrigações dos produtores de conteúdo, editores de conteúdo e hospedeiros de conteúdo, as Partes poderiam limitar as obrigações dos navegadores de conteúdo e provedores de acesso à utilização dos esforços razoáveis para desativar o acesso à luz do que é tecnicamente possível.

### Recomendação

As entidades responsáveis pela publicidade, promoção e patrocínio do tabaco deveriam ser definidas de forma ampla, e a forma em que são responsabilizadas deveria depender do seu papel.

A responsabilidade principal deveria ficar com o iniciador da publicidade, promoção ou patrocínio, geralmente os fabricantes de tabaco, distribuidores atacadistas, importadores, varejistas e seus agentes e associações.

As pessoas ou entidades que produzem ou publicam conteúdo de mídia deveriam ser proibidos de incluir publicidade, promoção e patrocínio do tabaco no conteúdo que eles produzem ou publicam.

As pessoas ou entidades (como organizadores de eventos, esportistas e celebridades) deveriam ser proibidas de se dedicarem à publicidade, à promoção e ao patrocínio de tabaco.

Obrigações particulares, por exemplo, a de remover o conteúdo, deveriam ser aplicadas a outras entidades envolvidas na mídia analógica ou digital depois de terem tido conhecimento da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco.







## 6. CUMPRIMENTO DAS LEIS SOBRE PUBLICIDADE, PROMOÇÃO E PATROCÍNIO DO TABACO EM NÍVEL NACIONAL

### 6.1 Sanções

As Partes deveriam adotar e aplicar sanções efetivas, proporcionais e dissuasivas (incluindo multas, advertência pública e suspensão ou cancelamento de licença). Para que as sanções impostas e a dissuasão sejam eficazes, elas deveriam ser classificadas e proporcionais à natureza e à gravidade dos delitos, incluindo uma primeira infração, e deveriam compensar os potenciais benefícios econômicos derivados da publicidade, da promoção ou do patrocínio.

A reincidência deveria incorrer numa pena altamente significativa para um fabricante ou entidade responsável. No caso de violações frequentes ou flagrantes, sanções mais rigorosas deveriam ser impostas, incluindo possível prisão. As sanções deveriam incluir também a obrigação de sanar a violação, por exemplo:

- Remoção da publicidade, da promoção ou do patrocínio.
- Publicação das decisões judiciais de forma a ser determinada pelo Tribunal, e às custas da parte ou partes designadas pelo tribunal.
- Financiamento da correção ou contrapublicidade.

As sanções deveriam ser aplicadas à conduta das entidades e não apenas aos indivíduos (incluindo as entidades empresariais que podem ser responsabilizadas pela conduta corporativa de entidades conexas que estão fora do território, mas com um efeito no território). As sanções deveriam ser também aplicadas à conduta dos gestores, conselheiros, diretores e/ou representantes legais das entidades empresariais, quando essas pessoas forem responsáveis pelo comportamento da entidade corporativa.

O licenciamento de fabricantes de tabaco, distribuidores atacadistas, importadores e varejistas pode ser um método eficaz para controlar a

publicidade, a promoção e o patrocínio. A licença seria concedida ou renovada somente se o requerente pudesse garantir a conformidade com as disposições dos requisitos legais. Em casos de não conformidade, a licença poderia ser revogada por um determinado período de tempo ou cancelada. Para as entidades responsáveis não envolvidas diretamente na produção ou venda de tabaco (tais como radiodifusão), quando essas entidades forem obrigadas a ser licenciadas, os critérios para a concessão, renovação, suspensão ou revogação de uma licença deveriam incluir o cumprimento das disposições relativas à publicidade, promoção e patrocínio do tabaco.

Se sanções dissuasivas estão em vigor, as autoridades de aplicação podem ter sucesso em colocar um fim às práticas ilegais sem processos judiciais (por exemplo, por contatos, reuniões, advertências, decisões administrativas e pagamentos periódicos de penalidades).

## 6.2 Monitoramento, cumprimento das leis e acesso à justiça

As Partes deveriam designar uma autoridade competente independente para fiscalizar, fazer cumprir as leis e confiar-lhe os poderes e os recursos necessários. Essa autoridade deveria ter o poder para investigar queixas, apreender publicidade ou promoção ilegais e pronunciar-se sobre reclamações e/ou os procedimentos legais adequados.

A sociedade civil e os cidadãos deveriam ser envolvidos no monitoramento e cumprimento eficaz da proibição. Pode-se esperar que organizações da sociedade civil, entidades notáveis, tais como as de saúde pública, cuidados de saúde, prevenção, proteção de jovens ou organizações de consumidores, realizem um monitoramento rigoroso, e a legislação deveria especificar que pessoas da população possam apresentar denúncias.

Além disso, mecanismos de direito civil deveriam ser disponibilizados para se opor à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco. A legislação nacional deveria permitir a qualquer pessoa ou a qualquer organização não governamental interessada ajuizar ações judiciais contra a publicidade, a promoção e o patrocínio ilegal do tabaco.

O mecanismo de cumprimento das leis poderia incluir um disque-denúncia com linha telefônica gratuita, *web site* ou sistema semelhante para incentivar a população a denunciar violações.



### Recomendação

As Partes deveriam introduzir e aplicar sanções efetivas, proporcionais e dissuasivas. As Partes deveriam designar uma autoridade competente independente para fiscalizar e fazer cumprir a lei e confiar-lhe os poderes e os recursos necessários. A sociedade civil deveria ser envolvida no monitoramento e na fiscalização do cumprimento da lei e ter acesso à justiça.





## 7. EDUCAÇÃO PÚBLICA E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE

No espírito do Artigo 12 da Convenção<sup>19</sup>, as Partes deveriam promover e fortalecer a conscientização do público sobre a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco em todos os setores da sociedade, utilizando todas as ferramentas de comunicação disponíveis. As Partes deveriam adotar medidas adequadas para promover um amplo acesso à educação pública abrangente e efetiva e a programas de sensibilização que ressaltassem a importância de uma proibição abrangente, educassem o público quanto à sua necessidade e explicassem por que a publicidade, a promoção e o patrocínio da indústria do tabaco são inaceitáveis.

Envolver o apoio da comunidade para monitorar o cumprimento e reportar as violações das leis contra a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco é um elemento essencial para o cumprimento da lei. Para que os membros da comunidade desempenhem esse papel, eles devem estar cientes do problema e entender a lei e as formas pelas quais eles podem atuar sobre a violação.

As partes deveriam implementar programas de educação e sensibilização pública, informar os membros da comunidade sobre as leis existentes referentes à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco, sobre os passos que podem ser tomados para informar a agência governamental pertinente de qualquer publicidade, promoção e patrocínio, e sobre os passos que podem ser tomados contra uma pessoa que tenha participado em publicidade, promoção ou patrocínio, em violação da lei.

### Recomendação

As Partes deveriam promover e fortalecer, em todos os setores da sociedade, a consciência pública da necessidade de eliminar a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco, as leis sobre o tema e as formas pelas quais os membros da população podem atuar em relação à violação dessas leis.

---

<sup>19</sup> “Educação, comunicação, treinamento e conscientização do público”.





## 8. COLABORAÇÃO INTERNACIONAL

A eficácia dos esforços para eliminar a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco não depende apenas das iniciativas empreendidas pelas Partes individualmente, mas também da cooperação entre as Partes na abordagem da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco. Cooperação internacional eficaz será essencial para a eliminação de ambas, nacional e transfronteiriça, publicidade, promoção e patrocínio do tabaco.

As Partes da Convenção já assumiram compromissos em relação à cooperação internacional, incluindo aqueles do Artigo 13.6 (Cooperação para o desenvolvimento de tecnologias e outros meios necessários para facilitar a eliminação da publicidade transfronteiriça), do Artigo 19 (Responsabilidade), do Artigo 20 (Pesquisa, vigilância e intercâmbio de informação), em particular, do Artigo 20.4 (intercâmbio de informação, científica, técnica, socioeconômica, comercial e jurídica de domínio público, bem como de informação sobre as práticas da indústria do tabaco), do Artigo 21 (Apresentação de relatórios e intercâmbio de informação); do Artigo 22 (Cooperação científica, técnica e jurídica e prestação de assistência especializada) e do Artigo 26 (Recursos Financeiros).

Além das recomendações destas diretrizes, a Conferência das Partes também considera as recomendações do grupo de trabalho sobre outras medidas com relação à facilitação do intercâmbio de informação e outras formas de cooperação entre as Partes que contribuiriam para a eliminação da publicidade, da promoção e do patrocínio transfronteiriços.<sup>20</sup> Essas medidas para eliminar a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco na esfera nacional também são benéficas, reconhecendo que as Partes se beneficiariam de partilha de informação, experiência e conhecimento em relação a toda publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, não apenas à publicidade, à promoção e ao patrocínio do tabaco transfronteiriços.

---

<sup>20</sup> Decisão QCCT/COP3(14).





# APÊNDICE





## APÊNDICE

### Lista indicativa (não exaustiva) de formas de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco nos termos da Convenção

- Comunicação através dos meios de áudio, visual ou audiovisual significa: impresso (incluindo jornais, revistas, panfletos, folhetos, *flyers*, cartas, cartazes, pôster, sinais), televisão e rádio (incluindo terrestres e por satélite), filmes, DVDs, vídeos e CDs, jogos (jogos de computador, videogames ou jogos online), outras plataformas de comunicação digital (incluindo a internet e os telefones móveis) e teatro ou outras apresentações ao vivo.
- Marketing da marca, incluindo em locais de entretenimento e lojas de varejo e em veículos e equipamentos (por exemplo, pelo uso de cores da marca ou esquemas de cores, logotipos ou marcas registradas).
- *Display* dos produtos de tabaco nos locais de venda.
- Máquinas automáticas de venda de produtos de tabaco.
- Vendas na internet dos produtos de tabaco.
- Expansão de marca e associação de marca (diversificação de produtos).
- Exibição de produtos (ou seja, a inclusão, ou referência a um produto do tabaco, serviços ou marca no contexto da comunicação (veja acima), a troca de pagamento ou outras considerações).
- Fornecimento de brindes ou produtos com descontos na compra de produtos do tabaco (por exemplo, chaveiros, camisetas, bonés de beisebol, isqueiros).
- Fornecimento de amostras grátis de produtos do tabaco, incluindo em conjunto com as pesquisas de marketing e testes de paladar.



- Promoções de incentivo ou esquemas de fidelidade, por exemplo, cupons resgatáveis fornecidos com a compra de produtos do tabaco.
- Concursos associados com os produtos do tabaco ou nomes de marcas, quer se exija a compra de um produto do tabaco, quer não.
- Segmentação direta das pessoas com material promocional (incluindo os informativos), como mala direta, telemarketing, “inquérito com consumidores” ou “pesquisa”.
- Promoção de produtos com desconto.
- Venda ou fornecimento de brinquedos e doces que lembrem os produtos do tabaco.
- Pagamentos ou outras contribuições para os varejistas para incentivá-los ou induzi-los a vender produtos, incluindo os programas de incentivo varejista (por exemplo, prêmios aos varejistas por alcançarem determinados volumes de vendas).
- Características do *design* da embalagem e do produto.
- Pagamento ou outra retribuição em troca da venda exclusiva ou exibição proeminente de um determinado produto ou de determinado fabricante de produtos em um ponto de venda, em um local ou evento.
- Venda, fornecimento, colocação e exibição de produtos em estabelecimentos de ensino, de hospitalidade, desportivos, recreativos, eventos sociais ou eventos de música e dança.
- Prestação de apoio financeiro ou outros para eventos, atividades, indivíduos ou grupos (tais como eventos desportivos ou artísticos, atletas individuais ou equipes, artistas individuais ou grupos artísticos, organizações de bem-estar, políticos, candidatos políticos ou partidos políticos), em troca de publicidade ou não, incluindo as atividades de responsabilidade social corporativa.



- Prestação de apoio financeiro ou outro apoio da indústria do tabaco para operadores locais (tais como bares, clubes ou outros locais recreativos) em troca de construção ou renovação de lojas para promover os produtos do tabaco ou a utilização ou o fornecimento de toldos e guarda-sóis.

Fonte: Adobe Caslon Pro, corpo 10  
Rio de Janeiro, agosto de 2011.

ISBN 978-85-7318-186-9



9 788573 181869



Comissão Nacional para  
Implementação da  
Convenção-Quadro para o  
Controle do Tabaco

Esta publicação contém as diretrizes adotadas pela Conferência das Partes (COP) da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT) em suas segunda (2007) e terceira (2008) sessões e contempla as orientações para a implementação dos Artigos 5.3 (Proteção das políticas públicas de saúde para o controle do tabaco dos interesses comerciais e outros interesses garantidos para a indústria do tabaco); 8º (Proteção contra a exposição à fumaça do tabaco); 11 (Embalagem e etiquetagem de produtos de tabaco) e 13 (Publicidade, promoção e patrocínio do tabaco).

A presente publicação foi elaborada pela Secretaria Executiva da Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro (CONICQ), a partir de traduções livres das aludidas diretrizes e de publicações do Secretariado da COP.

O objetivo das diretrizes é auxiliar os Estados-Parte a cumprirem as obrigações segundo as disposições dos artigos da Convenção-Quadro e reflete pontos de vista consolidados das Partes sobre diferentes aspectos da implementação, suas experiências e avanços, além dos desafios enfrentados. As diretrizes visam ainda a difundir as melhores práticas e padrões com as quais os governos poderão se beneficiar no processo de implementação do tratado.

As diretrizes foram elaboradas por representantes das Partes reunidos em grupos de trabalho intergovernamentais, estabelecidos pela Conferência das Partes. Os textos preliminares das diretrizes propostas pelos grupos de trabalho foram submetidos, em seguida, a um processo de discussão durante as COPs, no qual receberam contribuições das Partes, de organizações não governamentais, credenciadas como observadores da COP, e de especialistas convidados.

Como resultado desse amplo processo de consulta e pelo consenso obtido pelas Partes, as diretrizes são reconhecidas como uma valiosa ferramenta para a implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco no mundo, razão pela qual devemos trabalhar para sua observância em nosso país.



Ministério da  
Saúde

