



---

**Fundación InterAmericana del Corazón -  
Argentina (FIC Argentina)**

Scalabrini Ortiz 2470, CP C1425DBS. Ciudad Autónoma  
de Buenos Aires, Argentina.

Tel/fax: +54 11 4831 2238

[www.ficargentina.org](http://www.ficargentina.org) / [institucional@ficargentina.org](mailto:institucional@ficargentina.org)

**ACT | Aliança de Controle do Tabagismo**

Rua Batataes, 602, cj 31, CEP 01423-010, São Paulo, SP,  
Brasil.

Tel/fax: +55 11 3284 7778, 2548 5979

Av. N. Sa. Copacabana, 330/404, CEP 22020-001, Rio de  
Janeiro, RJ, Brasil.

Tel/fax: +55 21 2255 0520 / 2255 0630

[www.actbr.org.br](http://www.actbr.org.br) / [act@actbr.org.br](mailto:act@actbr.org.br)

**Fundación InterAmericana del Corazón -  
México A.C. (FIC México)**

Río Danubio 49, Col. Cuauhtémoc, Deleg. Cuauhtémoc,  
México, D.F., C.P. 06500.

Tel: +52 55 5208 0020

[www.ficmexico.org](http://www.ficmexico.org) / [ficmexico@ficmexico.org](mailto:ficmexico@ficmexico.org)

**Corporate Accountability International**

10 Milk Street, Suite 610. Boston, MA 02108. USA

Oficina América Latina: Cra. 68A No. 22A-75 C.3 Bogotá,  
Colombia

Tel: +57 3114426404

[www.stopcorporateabuse.org](http://www.stopcorporateabuse.org)

---

# SAÚDE NÃO É NEGOCIÁVEL

A sociedade civil ante as estratégias  
da indústria do tabaco na América Latina

CASOS DE ESTUDO 2010 - 2012

## **“A saúde não é negociável. A sociedade civil ante as estratégias da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2010 - 2012”**

é um material desenvolvido em conjunto pela Fundación InterAmericana del Corazón - Argentina (FIC Argentina), Fundación InterAmericana del Corazón - México (FIC México), Corporate Accountability International - Colômbia (CAI Colômbia) e Aliança de Controle do Tabagismo (ACT); foi editado e publicado pela Fundación InterAmericana del Corazón – Argentina (FIC Argentina), com o apoio da Campaign for Tobacco-Free Kids.

2012

---

### **Elaboração**

Mariela Alderete (FIC Argentina)  
Patricia Gutkowski (FIC Argentina)  
Cinthia Shammah (FIC Argentina)

### **Edição**

Patricia Gutkowski (FIC Argentina)

### **Colaboração para o desenvolvimento dos casos**

Mônica Andreis (ACT Brasil)  
Erick Antonio Ochoa (FIC México)  
Yahaira Ortiz Ochoa (FIC México)  
Verónica Schoj (FIC Argentina)  
Belén Ríos (FIC Argentina)  
Yul Francisco Dorado (CAI Colombia)  
Jaime Arcila (CAI Colombia)

### **Design gráfico e diagramação**

Julietta Racket

### **Agradecimentos**

Agradecemos às organizações que forneceram as imagens para esta publicação. Todas as imagens correspondentes ao capítulo 4.1 foram fornecidas pela FIC México; as correspondentes ao capítulo 4.2 foram fornecidas por CAI Colômbia, Fundación FES (Fundación para la Educación y el Desarrollo Social) e o Projeto PPP (Proyecto Promover, Proteger e Implementar las Medidas Integrales de Prohibición a toda forma de Publicidad, Promoción y Patrocinio de Productos de Tabaco), Colômbia; as do Capítulo 4.3, pela FIC Argentina; e as do Capítulo 4.4, pela ACT Brasil.

Agradecemos à Ellen Feighery e à Patricia Sosa (Campaign for Tobacco-Free Kids) por seu apoio e assessoramento.

## ÍNDICE

01	Introdução	7
02	O que é a interferência da indústria do tabaco?	10
03	A indústria do tabaco na América Latina e no Caribe	13
04	O movimento social do controle do tabaco na América Latina: casos de estudo	17
	4.1. México: A luta pelos impostos sobre o tabaco	18
	4.2. Colômbia: as estratégias da indústria do tabaco para evitar a proibição total de publicidade, promoção e patrocínio	27
	4.3. Argentina: a indústria do tabaco oculta atrás de grupos de fachada	35
	4.4. Brasil: a indústria do tabaco mostra sua estratégia	46
05	Lições aprendidas	55



A epidemia do tabagismo é um problema global que suscita a preocupação da comunidade internacional sobre as suas devastadoras consequências: provoca milhões de mortes a cada ano no mundo inteiro e tem um profundo impacto a nível sanitário, social, econômico e ambiental.

Durante os últimos anos, a região da América Latina e do Caribe, com 33 países e uma população de aproximadamente 558 milhões de habitantes, realizou grandes avanços na implementação de políticas efetivas de controle do tabaco. A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco<sup>1</sup> (CQCT) e o trabalho de colaboração entre governos e organizações da sociedade civil têm sido fundamentais para enfrentar a epidemia de tabagismo. No entanto, apesar dos esforços realizados, a indústria do tabaco utiliza estratégias inovadoras para alcançar novos públicos-alvo e violar ou evitar as políticas de saúde.

Apesar das tentativas de posicionar-se como empresas socialmente responsáveis, as transnacionais do tabaco fabricam e comercializam um produto que provoca altos níveis de dependência, causa inúmeras doenças e inclusive a morte. Seu principal objetivo é proteger e ampliar seus lucros, e a única maneira de alcançá-lo é atentando contra a vida e a saúde da população.

As organizações da sociedade civil desempenham

um papel preponderante na defesa do direito à saúde, por isso devem ser capazes de reconhecer as táticas e as estratégias das empresas de tabaco para poder detectá-las e enfrentá-las antes que atinjam seus objetivos. Desse modo poderão garantir a transparência nos processos governamentais de tomada de decisões e desnaturalizar a imagem da indústria do tabaco como ator válido para participar de discussões sobre políticas de saúde pública.

Motivadas pelo compromisso de revelar os verdadeiros interesses das empresas de tabaco e promover políticas efetivas de controle do tabaco, algumas organizações da sociedade civil iniciaram em 2010 um projeto regional para monitorar e contrapor as ações do setor em quatro países da América Latina: Argentina, Brasil, Colômbia e México. Esta iniciativa surgiu a partir da identificação da necessidade de trabalhar em conjunto a nível regional para abordar as estratégias da indústria do tabaco que transcendem as fronteiras e se reproduzem de modo similar na maioria dos países. A iniciativa regional conduzida pelos líderes com mais experiência na vigilância das diretrizes do Artigo 5.3 da CQCT permitiu a elaboração de protocolos e ferramentas para monitorar as ações das empresas de tabaco e a criação de estratégias de resposta para deter sua interferência nas políticas de controle do tabaco. Os critérios e as linhas de ação acordados pela equipe do projeto

<sup>1</sup> A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da Organização Mundial da Saúde (CQCT) é o primeiro tratado internacional de saúde pública, tendo sido aprovado em 2003 e entrado em vigor em 2005. Seu principal objetivo, de acordo com o estabelecido no artigo 3, é “proteger as gerações presentes e futuras das devastadoras consequências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, proporcionando uma referência para as medidas de controle do tabaco a serem implementadas pelas Partes nos níveis nacional, regional e internacional, a fim de reduzir de maneira contínua e substancial a prevalência do consumo e a exposição à fumaça do tabaco.” **Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco**, Organização Mundial da Saúde, 2003. Disponível em: <http://actbr.org.br/pdfs/CQCT.pdf> (acesso em 23 de outubro de 2012).

foram sistematicamente aplicados em cada um dos países participantes para reduzir a interferência do setor e promover políticas de saúde.

Esta publicação foi desenvolvida no âmbito do projeto acima mencionado e seu objetivo é explicar os processos complexos e as disputas que estão presentes na discussão e na implementação das políticas de

controle do tabaco. Os casos relatados tentam expor concretamente as estratégias das empresas de tabaco para bloquear as políticas de controle do tabaco e os esforços das organizações da sociedade civil da América Latina para monitorar e contrapor estas estratégias e proteger o direito à saúde.

As medidas da CQCT que geram maior impacto imediato são seis, e estão resumidas na sigla **MPOWER**<sup>2</sup>, por sua versão em inglês:

- M**ONITOR → Monitoramento do problema do tabaco e avaliação do impacto das políticas destinadas a reduzir e prevenir seu consumo
- P**ROTECT → Proteção universal da exposição à fumaça do tabaco a partir da implementação de ambientes 100% livres de fumo
- O**FFER → Oferecimento de ajuda para parar de fumar
- W**ARN → Inclusão de advertências sanitárias com imagens nos maços de cigarros
- E**NFORCE → Proibição total de publicidade, promoção e patrocínio da indústria do tabaco
- R**AISE → Aumento do preço e dos impostos sobre o tabaco

---

<sup>2</sup> Relatório da OMS sobre a epidemia mundial de tabagismo, 2008 - Plano de medidas MPOWER. Disponível em: <http://www.who.int/tobacco/mpower/2008/es/index.html> (acesso em 23 de outubro de 2012).



No Artigo 5.3 e suas diretrizes<sup>3</sup>, a CQCT proporciona uma série de medidas para prevenir a interferência da indústria do tabaco na concepção e na implementação de políticas de controle do tabaco, segundo as quais os governos devem:

- ▶ Não dar tratamento preferencial à indústria do tabaco
- ▶ 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
- ▶ Estabelecer medidas para limitar as interações com a indústria do tabaco e garantir a transparência das interações que ocorrerem
- ▶ Rejeitar as parcerias e os acordos com a indústria do tabaco para evitar conflitos de interesses para os funcionários e servidores públicos
- ▶ Exigir que as informações fornecidas pela indústria do tabaco sejam transparentes e precisas
- ▶ Desnaturalizar, na medida do possível, as atividades realizadas pela indústria do tabaco por fora de suas atividades industriais e que a apresentam como "socialmente responsável"



---

<sup>3</sup> Diretrizes para implementação do Artigo 5.3 da CQCT da OMS (decisão FCTC/COP3). Disponível em: [http://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_5\\_3\\_es.pdf](http://www.who.int/fctc/guidelines/article_5_3_es.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

## O que é a interferência da indústria do tabaco?

Denominamos “interferência” ao conjunto de ações realizadas pela indústria do tabaco a fim de obstaculizar a elaboração ou a implementação de uma política de saúde ou de gerar um posicionamento positivo e pressionar os diferentes atores sociais para que atuem em favor de seus interesses comerciais.

Embora as empresas de tabaco comercializem um produto mortal, é necessário não perder de vista que são empresas lícitas com grande poder econômico e influência política na maioria dos países da região. Apesar de que suas ações de interferência geralmente são desenvolvidas dentro de um quadro de legalidade, muitas vezes as suas estratégias se caracterizam por falsear informações, aproveitar as “lacunas” ou os “pontos fracos” de algumas legislações e realizar ações que são questionáveis, não só do ponto de vista ético, mas também do ponto de vista jurídico.

Atualmente, os documentos internos da indústria do tabaco são públicos<sup>4</sup> e constituem evidências fundamentais sobre estas ações de interferência. No entanto, e apesar das evidências, a indústria do tabaco ainda possui uma imagem positiva na maioria dos países. Este fato levou os organismos nacionais

e internacionais a alertarem os governos sobre a necessidade de reduzir ou eliminar a interferência, e a que os defensores do controle do tabaco unificassem seus esforços para desnaturalizar o posicionamento da indústria do tabaco como uma “indústria socialmente responsável” expondo suas ações e objetivos.

As companhias de tabaco são transnacionais que implementam sempre as mesmas linhas estratégicas para proteger seu negócio<sup>5</sup> e interferir com a adoção e a implementação de políticas de controle do tabaco. O quadro abaixo apresenta as principais ações que foram detectadas em vários países do mundo<sup>6</sup>:

4 Ver Legacy Tobacco Documents Library: <http://legacy.library.ucsf.edu/> (acesso em 23 de outubro de 2012).

5 S. Aguinaga Bialous, S. Shatenstein, **La rentabilidad a costa de la gente: Actividades de la Industria Tabacalera para Comercializar Cigarrillos en América Latina y el Caribe y Minar la Salud Pública**, Organización Pan-americana da Saúde, 2002. Disponível em: <http://www.paho.org/Spanish/DD/PUB/rent-cos-gen.pdf> (acesso em 23 de outubro de 2012).

6 Quadro baseado em **Tobacco industry interference with tobacco control**, Organização Mundial da Saúde, 2009. Disponível em: [http://whqlibdoc.who.int/publications/2008/9789241597340\\_eng.pdf](http://whqlibdoc.who.int/publications/2008/9789241597340_eng.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

Lobby	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interferência nos processos de tomada de decisões</li> <li>- Disseminação de modelos de legislação favoráveis aos seus negócios</li> <li>- Propostas de modificação de leis (emendas)</li> <li>- Promoção de regulamentações ineficazes</li> </ul>
Mecanismos de pressão política	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiamento de campanhas eleitorais</li> <li>- Utilização de tratados ou outros instrumentos comerciais para obstaculizar ou litigar contra a legislação de controle do tabaco</li> <li>- Financiamento de iniciativas governamentais para obter favores ou comprar silêncios</li> <li>- Promoção de acordos voluntários com os governos substituindo leis efetivas de controle do tabaco</li> </ul>
Contratação de consultores científicos e esforços destinados a modificar padrões	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgação de pesquisas tendenciosas que distorcem a evidência científica sobre o dano produzido pelo tabaco e o impacto das medidas de controle do tabaco sobre a economia</li> </ul>
Manipulação da informação	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusão de mitos para debilitar as políticas de saúde através de campanhas na mídia</li> <li>- Questionamento público das medidas comprovadamente eficazes para o controle do tabaco</li> <li>- Construção de um posicionamento que exagera a importância do papel da indústria do tabaco nas economias para desencorajar os governos de tomar medidas contra seus interesses</li> </ul>
Utilização de aliados e grupos de fachada para que defendam seus interesses	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de alianças estratégicas com importantes grupos (como o setor de hotelaria e gastronomia, varejistas, empresários de salas de jogo, agências de publicidade e produtores de tabaco)</li> <li>- Criação de grupos (tais como os grupos de defesa dos "direitos dos fumantes") para que se oponham à adoção de medidas de controle do tabaco</li> </ul>
Litígios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilização da via judicial para enfraquecer as medidas de controle do tabaco</li> </ul>
Intimidação de decisores políticos e de líderes em matéria de controle do tabaco	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apelo para desacreditar as pessoas e divulgar suspeitas sobre suas motivações</li> </ul>
Filantropia e responsabilidade social corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoio a organizações ou atividades artísticas, esportivas, culturais ou humanitárias para obter respeitabilidade</li> <li>- Financiamento de projetos de luta contra o trabalho infantil, de prevenção do tabagismo nos jovens e de investimentos em infraestrutura nas áreas de produção de tabaco a fim de instalar a ideia de que as empresas de tabaco estão comprometidas com o bem-estar da comunidade</li> </ul>
Contrabando	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ação para desencorajar ou enfraquecer as políticas tributárias e as restrições à comercialização</li> </ul>
Violação ou evasão das restrições impostas pela legislação	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ações para burlar o espírito das leis em vigor aproveitando as "lacunas" legais</li> <li>- Exploração máxima das exceções para continuar promovendo seus produtos</li> </ul>



Consenso mundial: a indústria do tabaco não deveria participar da discussão e tomada de decisões sobre as políticas de controle do tabaco

- ▶ A **Assembleia Mundial da Saúde**, na resolução 54.18 de 2001, insta os governos, com o apoio da comunidade internacional, a combater a interferência da indústria do tabaco nas políticas de saúde.<sup>7</sup>
- ▶ O **Artigo 5.3 da CQCT e suas diretrizes**<sup>8</sup> aprovadas em 2008 sustentam que as políticas de saúde pública relativas ao controle do tabaco devem ser protegidas dos interesses comerciais e de outros interesses da indústria do tabaco.
- ▶ A **Declaração Política da Reunião de Alto Nível da Assembleia Geral sobre Prevenção e Controle das Doenças Não Transmissíveis**<sup>9</sup> (Nações Unidas Assembleia Geral de 2011 A/65/L.50), reconhece no Artigo 38 o conflito fundamental de interesses entre a indústria do tabaco e a saúde pública.
- ▶ O **Pacto Global da Organização das Nações Unidas**<sup>10</sup>, a fim de apoiar a luta contra o tabagismo, exclui as empresas de tabaco de suas iniciativas e não aceita seu financiamento.

---

7 Organização Mundial de Saúde. "Resolução 54.18 da Assembleia Mundial da Saúde". 54ª Assembleia Mundial da Saúde, 22 de maio de 2001. Disponível em: [http://www.who.int/tobacco/framework/wha\\_eb/wha54\\_18/en/index.html](http://www.who.int/tobacco/framework/wha_eb/wha54_18/en/index.html) (acesso em 23 de outubro de 2012).

8 Diretrizes para a implementação do Artigo 5.3 da CQCT da OMS (decisão FCTC/COP3). Disponível em: [http://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_5\\_3\\_es.pdf](http://www.who.int/fctc/guidelines/article_5_3_es.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

9 Declaração Política da Reunião de Alto Nível da Assembleia Geral sobre Prevenção e Controle das Doenças Não Transmissíveis A/66/L.1 Disponível em: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/66/L.1> (acesso em 23 de outubro de 2012).

10 United Nations Global Compact: <http://www.unglobalcompact.org>.

## A indústria do tabaco na América Latina e no Caribe<sup>11</sup>

A indústria do tabaco tem razões suficientes para consolidar e expandir suas ações na América Latina e no Caribe. A região apresenta um mercado que oferece grandes oportunidades para expandir o negócio: embora o volume de unidades vendidas na região tenha sofrido uma queda de 2% entre 2003 e 2008, o valor das vendas no varejo cresceu 74%. Ao mesmo tempo, a indústria do tabaco ainda costuma ser percebida como uma indústria socialmente responsável na região e desfruta de uma imagem positiva perante a opinião pública. Esta situação é agravada pelo fato de que embora a maioria dos países tenham ratificado a CQCT, ainda é necessário que aprofundem o seu compromisso a fim de adotar e implementar as recomendações do tratado.

Em relação ao cultivo do tabaco, a indústria tem interesses claros na região. Na América Latina e no Caribe, a produção de 2009 foi de 1.118.000 toneladas e o cultivo ocupou aproximadamente 602.000 hectares. O Brasil é o maior produtor da região e o segundo a nível mundial, seguido pela Argentina (segundo na região e oitavo a nível mundial). Em ambos os países a área cultivada cresceu significativamente de 2000 a 2009 (ver mapa 1).

Ao contrário de outras regiões onde os produtos do tabaco estão mais diversificados, na América Latina e

no Caribe os cigarros manufaturados são, sem dúvida, o principal produto de tabaco consumido. Quase todos os países têm pelo menos uma fábrica do setor. Em conjunto, a produção de cigarros de todos os países da região em 2009 foi de 315,68 bilhões de unidades (ver mapa 2).

Atualmente, o mercado mundial de tabaco está controlado por cinco grandes empresas: Philip Morris International (PMI), Altria/Philip Morris USA, Japan Tobacco International, British American Tobacco (BAT) e Imperial Tobacco. A essas empresas se une a Corporação Nacional do Tabaco, empresa estatal da China, que é o maior produtor de cigarros do mundo. Na América Latina e no Caribe as empresas líderes são a PMI e a BAT. Estas multinacionais adquiriram a maioria das indústrias de tabaco locais e hoje dividem entre elas quase todo o mercado (ver mapa 3).

A grande concentração da indústria do tabaco e o poder econômico e de influência política que isto implica, dificultam, em grande medida, a implementação de políticas efetivas de controle do tabaco. Os defensores do direito à saúde, tanto dos governos como da sociedade civil, enfrentam o desafio de desnaturalizar as ações da indústria do tabaco expondo seus verdadeiros interesses e, deste modo, abrir o caminho para a implementação de políticas efetivas e legitimadas pela população.

<sup>11</sup> As informações e os mapas deste capítulo correspondem aos dados do Atlas do Tabaco 2012. M. Eriksen, J. Mackay, H. Ross, **The Tobacco Atlas**, quarta edição; American Cancer Society Inc, 2012. [www.TobaccoAtlas.org](http://www.TobaccoAtlas.org).

<sup>12</sup> Euromonitor International [database on the Internet]. Cigarettes: Latin America. Euromonitor International. 2009. Extraído de **Tobacco Industry Profile – Latin America**, Campaign for Tobacco-Free Kids, setembro de 2009.

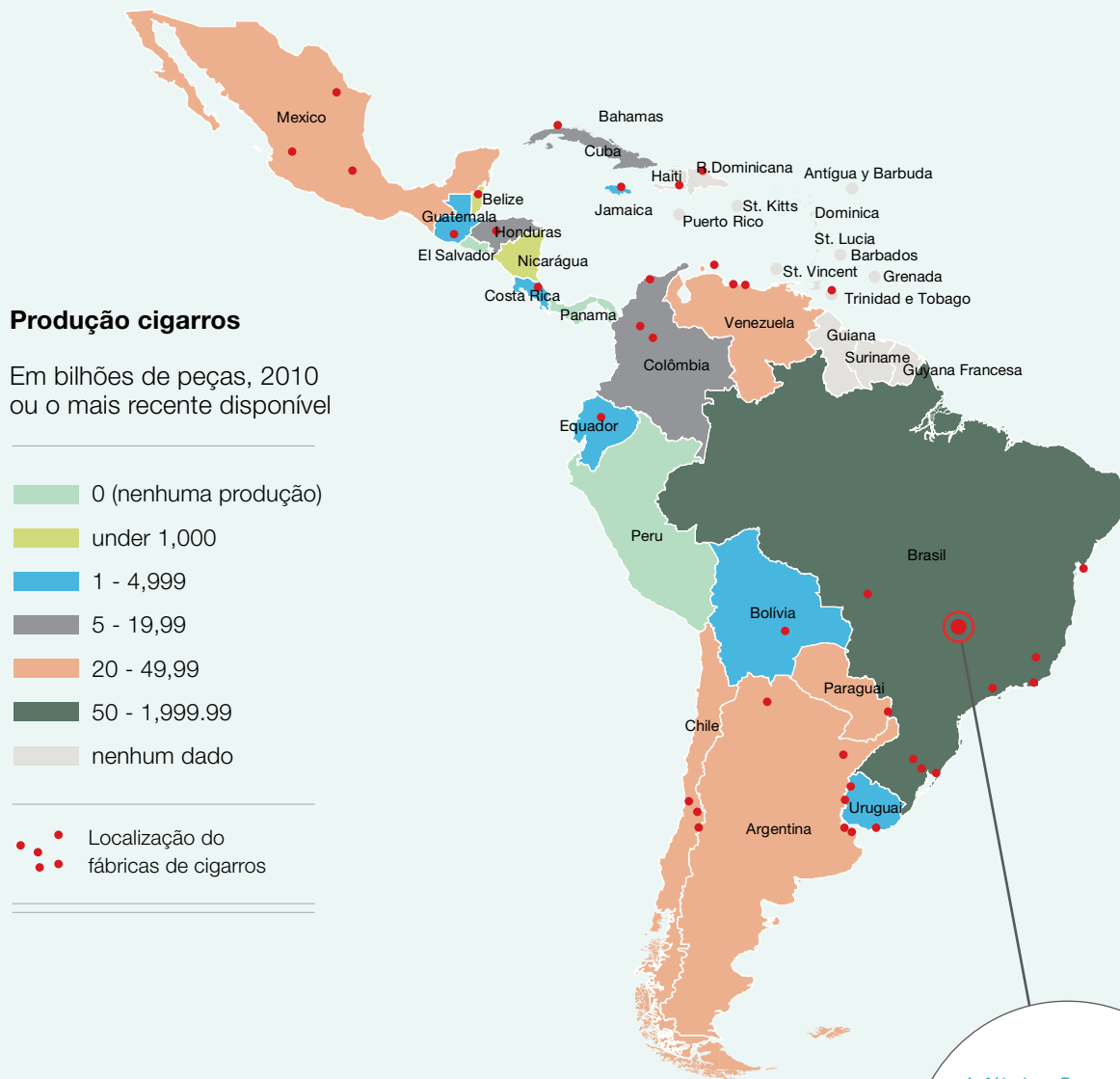
## Mapa 1

# Cultivo de tabaco



## Mapa 2

# Produção cigarros



A fábrica Souza Cruz em Uberlândia, Brasil, é a maior da América Latina. Em 2009 foi responsável por 30% da produção da BAT na região.

### Mapa 3

## Companhia líder de mercado por país



Estima-se que em 2010 as seis companhias de tabaco líderes tiveram lucros de **35 bilhões de dólares** em todo o mundo.



## O movimento social do controle do tabaco na América Latina: casos de estudo

Na América Latina e no Caribe ainda são insuficientes as ações dos países para adotar políticas públicas específicas que limitem ou regulem a interação dos governos com a indústria do tabaco. Pelo contrário, até o momento a maioria das restrições à participação da indústria do tabaco em decisões ou ações do governo foram bastante circunstanciais. Entretanto, nos últimos anos foram registrados diferentes eventos com tendência a limitar a interferência da indústria do tabaco na aprovação de leis ou na definição de políticas de saúde que merecem ser destacados<sup>13</sup>. Este é o caso de Honduras, que aprovou em 2010 a Lei Especial para o Controle do Tabaco, que inclui um artigo que proíbe expressamente “qualquer interferência dos interesses comerciais e outros vinculados à indústria do tabaco.” Ou do Panamá, que na lei de ratificação da CQCT sancionada em 2004 transcreveu o conteúdo do Artigo 5.3 comprometendo-se a limitar as interações entre o governo e a indústria do tabaco.

É verdade que não foram verificados avanços substanciais dos governos para restringir a interferência da indústria do tabaco. No entanto, deve ser destacado o papel do movimento da sociedade civil na América Latina e no Caribe, que tem realizado grandes esforços para monitorar as ações das empresas de tabaco e impedir sua interferência nos processos legislativos ou de implementação de políticas públicas. O compromisso e a participação dos líderes das organizações da região tem sido fundamental para desnaturalizar e denunciar

as ações de interferência da indústria do tabaco e, assim, avançar com as medidas para proteger a saúde.

O caso mais transcendente neste sentido talvez seja o do Uruguai<sup>14</sup>, país que em 2009 aprovou um decreto que exige a inclusão de advertências sanitárias com pictogramas em 80% de ambos os lados dos maços de cigarros, e dispõe que cada marca comercial pode ter apenas uma apresentação. Esta medida levou a Philip Morris International (PMI) a apresentar em 2010 uma demanda de 2 bilhões de dólares perante o Centro Internacional para Arbitragem de Disputas sobre Investimentos (CIADI) do Banco Mundial, alegando a violação de um tratado bilateral de investimento entre a Suíça e o Uruguai. Diante dessa situação, muitas organizações da sociedade civil uruguaia denunciaram publicamente que a estratégia da PMI era utilizar a demanda como instrumento de pressão para negociar a reversão da medida com o governo. Através das ações de denúncia, as organizações uruguaia, com o apoio da sociedade civil internacional, conseguiram que o governo uruguaio se mantivesse firme e não cedesse às pressões da PMI. Embora o caso ainda não tenha sido resolvido, é um exemplo da pressão exercida pelas companhias de tabaco para defender seus interesses e desencorajar os governos da região de tomar medidas como as adotadas pelo Uruguai, que foi pioneiro na implementação de muitas políticas de controle do tabaco na América Latina.

13 Convenio Marco para el Control del Tabaco. Desafios para América Latina y el Caribe. Reporte de la sociedad civil 2010, Fundación Interamericana del Corazón; 2010. Disponível em: [http://www.ficargentina.org/images/stories/Documentos/reporte\\_cmct\\_espanol.pdf](http://www.ficargentina.org/images/stories/Documentos/reporte_cmct_espanol.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

14 2010: Guía de acción para el tratado global contra el tabaco; p. 22 – 24; Corporate Accountability International NATT, 2010. Disponível em: <http://www.stopcorporateabuse.org/sites/default/files/resources/guia-de-accion-tratado-global-contra-tabaco-2010.pdf> (acesso em 23 de outubro de 2012).

Em 1998, milhões de documentos secretos das maiores empresas de tabaco dos Estados Unidos foram divulgados como resultado de uma decisão judicial. A disponibilização desses documentos internos da indústria do tabaco através da Legacy Tobacco Documents Library (LTDL) da Universidade da Califórnia, em São Francisco, permitiu desvendar as ações desenvolvidas pelas empresas de tabaco para interferir e enfraquecer as políticas de saúde pública em todo o mundo. Desde então, foram publicadas várias pesquisas que revisaram esses documentos e denunciaram as estratégias das companhias de tabaco para deter os avanços do controle do tabaco na América Latina e no Caribe<sup>16</sup>.

## 4.1 | MÉXICO

### A luta pelos impostos sobre o tabaco

Número de habitantes: 112.336.538<sup>17</sup>

---

Prevalência do consumo de tabaco: 16%<sup>18</sup>

---

Consumo anual per capita de cigarros: 371 unidades<sup>19</sup>

---

Ano de ratificação da CQCT: 2004

---

Principais medidas de controle do tabaco implementadas até setembro de 2012:

- Ambientes 100% livres de fumo a nível nacional (Cidade do México, Tabasco, Veracruz, Morelos, Zacatecas e Jalisco)
- Advertências sanitárias com pictogramas: Lei Geral para o Controle do Tabaco, 2008.
- Impostos significativos sobre o tabaco: Lei do Imposto Especial sobre Produção e Serviços, reforço do seu artigo 2º, seção I, inciso C. Entrou em vigor em 1º de janeiro de 2011. Foi publicada em 20

Principais empresas de tabaco<sup>20</sup>:

- Philip Morris (PM): 72% do mercado.
- British American Tobacco (BAT): 27% do mercado.

---

15 Legacy Tobacco Documents Library: <http://legacy.library.ucsf.edu/> (acesso em 23 de outubro de 2012).

16 Estas estratégias têm sido amplamente documentadas. Veja, por exemplo, **La rentabilidad a costa de la gente: Actividades de la Industria Tabacalera para Comercializar Cigarrillos en América Latina y el Caribe y Minar la Salud Pública**, Organização Pan-americana da Saúde, 2002. Disponível em: <http://www.paho.org/Spanish/DD/PUB/rent-cos-gen.pdf> (acesso em 23 de outubro de 2012).

17 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

18 **Encuesta Global de tabaquismo en Adultos**, México, 2009.

19 M. Eriksen, J. Mackay, H. Ross, **The Tobacco Atlas**, quarta edição, American Cancer Society Inc, 2012. [www.TobaccoAtlas.org](http://www.TobaccoAtlas.org)

20 Maldonado, Mario, "Philip Morris fechará uma planta no México". **Milenio**, México, 16 de julho de 2012.

Em 2009, no México, o Congresso Nacional (conhecido como Congresso da União), aprovou um aumento de 2 pesos mexicanos (cerca de US\$ 0,17) para cada maço de cigarros, com o Imposto Especial sobre Produção e Serviços (IEPS). De acordo com a norma, estava previsto que este imposto fosse aplicado gradualmente entre 2010 e 2013. As organizações da sociedade civil denunciaram publicamente que a reforma fiscal adotada implicaria um aumento anual

insignificante que não teria nenhum impacto sobre o consumo de tabaco, porque sua contribuição para reduzir a demanda de cigarros seria diluída ao longo do tempo, protegendo assim os interesses da indústria do tabaco. Para as organizações da sociedade civil dedicadas à promoção de políticas de controle do tabaco, a reforma de 2009 exigia começar a atuar rapidamente.

Segundo o relatório "A economia do tabaco e os impostos sobre o tabaco no México<sup>21</sup>, se tivesse sido aplicada a implementação gradual do imposto fixo sobre os cigarros aprovada em 2009, a incidência dos impostos sobre o preço de venda ao público teria aumentado de 61,4% em 2009 para 64,3% em 2010, enquanto os aumentos de seis centavos por cigarro previstos para 2011, 2012 e 2013 teriam sido compensados pela inflação e não teriam gerado nenhum impacto.

Diante desta situação, as organizações da sociedade civil no México, como a Fundación InterAmericana del Corazón México (FIC México), a Red México sin Tabaco, a Alianza Contra el Tabaco (ACTA), a Alianza Nacional para el Control del Tabaco (ALIENTO) e a Comunicación, Diálogo y Conciencia (CÓDICE), começaram a realizar importantes esforços para promover um aumento significativo dos impostos, de acordo com as recomendações da CQCT. Por outro lado, os legisladores de diferentes partidos comprometidos com a defesa do direito à saúde apresentaram projetos propondo a revogação da disposição de 2009 e, em diferentes graus, aumentar os impostos com taxa fixa e os impostos ad valorem<sup>22</sup>.

No entanto, apesar do número de projetos apresentados, os líderes da sociedade civil não consideraram o cenário favorável para um ajuste fiscal dos produtos do tabaco. Motivados pelo objetivo de alcançar um aumento de impostos como uma

medida efetiva para reduzir o consumo, as referidas organizações começaram a trabalhar em conjunto com alguns legisladores e agências governamentais, com instituições acadêmicas, como o Instituto Nacional de Salud Pública e o Centro de Investigación y Docencia Económicas, e com organizações internacionais. O trabalho coordenado serviu para reposicionar a questão na agenda pública através da divulgação de pesquisas, da realização de fóruns para debater, de reuniões com líderes políticos e ações na imprensa. Entretanto, os esforços não pareciam ser suficientes: nem o Congresso da União, nem a Secretaria de Fazenda e Crédito Público estiveram a favor da política fiscal sobre os produtos de tabaco.

Neste contexto, a FIC México, a ACTA, a Red México sin Tabaco, a ALIENTO e a CÓDICE, com o apoio internacional da Campaign For Tobacco Free Kids, decidiram unir forças e trabalhar em rede para implementar uma campanha de mídia que

21 H. Waters, B. Sáenz de Miera, H. Ross, L.M. Reynales Shigematsu, *La Economía del Tabaco y los Impuestos al Tabaco en México*, Unión Internacional contra la Tuberculosis y Enfermedades Respiratorias, París, 2010.

22 Para conhecer os detalhes dos projetos legislativos, consulte o artigo de Erick Antonio Ochoa, "Las OSC como actoras clave en el proceso de las políticas públicas. Estudio de caso: el aumento a los impuestos de tabaco en México", em *Salud Pública y Tabaquismo*, Vol. I, Políticas para el Control del Tabaco en México, p. 146. (No prelo).

tivesse maior visibilidade e servisse para pressionar os legisladores a prestar contas sobre suas decisões. A campanha “Voto pela saúde” consistiu no desenvolvimento de imagens e mensagens pedindo aos deputados que votassem a favor do aumento dos impostos sobre o tabaco. As mensagens foram divulgadas através de enormes cartazes colocados em locais estratégicos da Cidade do México, de materiais informativos, de um website e das redes sociais.

A campanha das organizações da sociedade civil foi apresentada aos meios de comunicação em 7 de outubro de 2010. Foi realizada uma conferência de imprensa conduzida por representantes das organizações patrocinadoras, enquanto fora do Senado um grupo de ativistas com máscaras de gás distribuía informações e flores de cempasúchil (calêndulas, que no México estão associadas ao culto dos mortos).

Campanha “Voto pela saúde”



Manifestação em favor do imposto sobre o tabaco, México DF, outubro de 2010



Como resultado desta intensa campanha e do forte compromisso de alguns legisladores, em outubro de 2010 o Congresso aprovou um aumento do imposto sobre os cigarros de 6,20 pesos mexicanos (50 centavos de dólar) no maço de 20 unidades e de 4,20 pesos mexicanos (34 centavos de dólar) para o de 14 unidades. A medida significou um aumento de 25% no preço final dos maços de cigarros e foi aprovada por uma maioria incontestável: na Câmara dos Deputados, 430 legisladores foram favoráveis, 9 votaram contra e 11 se abstiveram. No Senado, 71 votos foram a favor do imposto e houve apenas 10 votos contra e 3 abstenções.

▶ Após a aprovação do aumento do imposto sobre o tabaco na Câmara dos Deputados em 2010, a BAT e a PMI ameaçaram com suspender seus investimentos no país.

## Barreiras para aprofundar a política de impostos sobre o tabaco

Aumentar os impostos sobre os produtos do tabaco foi uma conquista notável, especialmente porque as políticas fiscais são consideradas as mais efetivas para reduzir o consumo de tabaco e, por esta razão, as que geram mais oposição das companhias de tabaco em todo o mundo.

A reação da indústria foi rápida, e após a aprovação do aumento de impostos sobre o tabaco começou a implementar estratégias de interferência para enfraquecer a medida. E enquanto em 2010 foram verificados importantes avanços fiscais, em 2011 os projetos para prosseguir com a implementação de políticas efetivas de controle do tabaco encontraram obstáculos muito difíceis de superar.

A indústria do tabaco lançou uma intensa campanha contra a lei de impostos de 2010. A BAT e a PMI,





### AUMENTO DO CONTRABANDO:

"O contrabando de cigarros no México aumentou cinco vezes nos últimos oito meses, passando de 40 milhões de maços por ano em 2010 a 200 milhões atualmente, como consequência do aumento dos impostos para o setor formal, afirmou a empresa British American Tobacco (BAT)."

**FONTE:** "Contrabando de cigarros aumenta cinco vezes em oito meses". **El Financiero**, México, 27 de setembro de 2011.

"Carlos Humberto Suárez, diretor de assuntos corporativos da BAT, disse à imprensa que: 'sem dúvida, 2012 foi o pior ano da história recente da indústria legal porque estamos vivendo o fenômeno do ilícito que cresceu como consequência do aumento de impostos.'"

**SOURCE:** "O imposto sobre o tabaco gerou mais contrabando". **Sexenio**, México, 27 de fevereiro de 2012

### OS IMPOSTOS NÃO SÃO EFICAZES PARA AUMENTAR A ARRECADAÇÃO FISCAL:

"Inclusive, acrescentou a empresa British American Tobacco, o próprio governo reconheceu que o aumento da carga fiscal aplicada sobre o cigarro provocou a proliferação de produtos ilegais, porque através da própria iniciativa da Lei de Receita 2012, a Secretaria de Fazenda planejou arrecadar 33 bilhões, um valor inferior aos 42 bilhões previstos em 2011, o que significou o primeiro ajuste para baixo dos últimos 15 anos."

**FONTE:** "O contrabando aproveita o imposto sobre os cigarros." **El Sol de México**, México, 27 de novembro de 2011.

### OS PRODUTOS CONTRABANDEADOS SÃO MAIS PREJUDICIAIS PARA A SAÚDE:

"Os cigarros piratas fabricados na China que entram de contrabando na cidade e que são vendidos livremente nesta fronteira a preços mais baixos que os dos cigarros comerciais são extremamente perigosos para a saúde aumentando até três vezes mais as possibilidades de ter uma das 25 doenças mortais ligadas a este hábito."

**FONTE:** "Toleram a venda de perigosos cigarros chineses", **Norte Digital Mx**, México, 31 de dezembro de 2011

### O CONTRABANDO NÃO É O RESULTADO DO AUMENTO DE IMPOSTOS:

"A FIC México afirma que de acordo com informações fornecidas pela Procuradoria Geral da República, os confiscos por delitos de contrabando e de falsificação de marcas caíram significativamente no ano passado, passando de 23 milhões de cigarros em 2008 para 34 mil unidades em 2011."

**FONTE:** "IEPS sobre cigarros reduz o consumo e afeta a arrecadação." **Milenio**, México, 27 de fevereiro de 2012.

"Ernesto Saro, presidente da Comissão de Saúde do Senado, acusou as empresas de tabaco de serem elas mesmas as que estão promovendo o contrabando como um meio de pressão para reduzir os impostos."

**FONTE:** "O imposto sobre o tabaco gerou mais contrabando." **Sexenio**, México, 27 de fevereiro de 2012.

### OS IMPOSTOS AUMENTAM A ARRECADAÇÃO E A DIMINUIÇÃO DO CONSUMO DE TABACO REDUZ OS GASTOS DO SISTEMA DE SAÚDE:

"Estas definições da política fiscal –sem modificações e com ameaças de regressão– foram realizadas sem nenhuma sustentação econômica. Os dados da Secretaria da Fazenda mostram que com a reforma fiscal do artigo 2 da Lei de Imposto Especial sobre Produção e Serviços, aprovado em novembro de 2010, o imposto específico sobre o tabaco tem crescido consistentemente. Por exemplo, a arrecadação durante o primeiro trimestre de 2012 foi de 10,2% superior em termos reais ao que foi obtido no primeiro trimestre do ano passado."

**FONTE:** Red México sin Tabaco, Fundación InterAmericana del Corazón, et al.; 7º **Informe de Sociedad Civil**; México; maio de 2012.

"O consumo de tabaco gera despesas de atendimento pelas doenças associadas de até 45 bilhões de pesos por ano para o Sistema Nacional de Saúde Pública."

**FONTE:** "Mais imposto sobre o tabaco: COFEMER." **Vértigo Político**, México, 27 de maio de 2012.

### TODOS OS PRODUTOS DO TABACO SÃO PREJUDICIAIS; PARA PROTEGER A SAÚDE É NECESSÁRIO ADOTAR MEDIDAS PARA DESENCORAJAR SEU CONSUMO:

"No México não há mecanismos institucionais para prevenir e eliminar a venda de cigarros a menores de idade e a venda por unidade, delitos que promovem a dependência entre os jovens e a evasão fiscal"

**FONTE:** "A indústria do tabaco mente sobre as medidas fiscais." **Grilla en el Poder**, México, 29 de setembro de 2011.

## A outra batalha: idas e voltas para modificar a Lei Geral de Controle do Tabaco

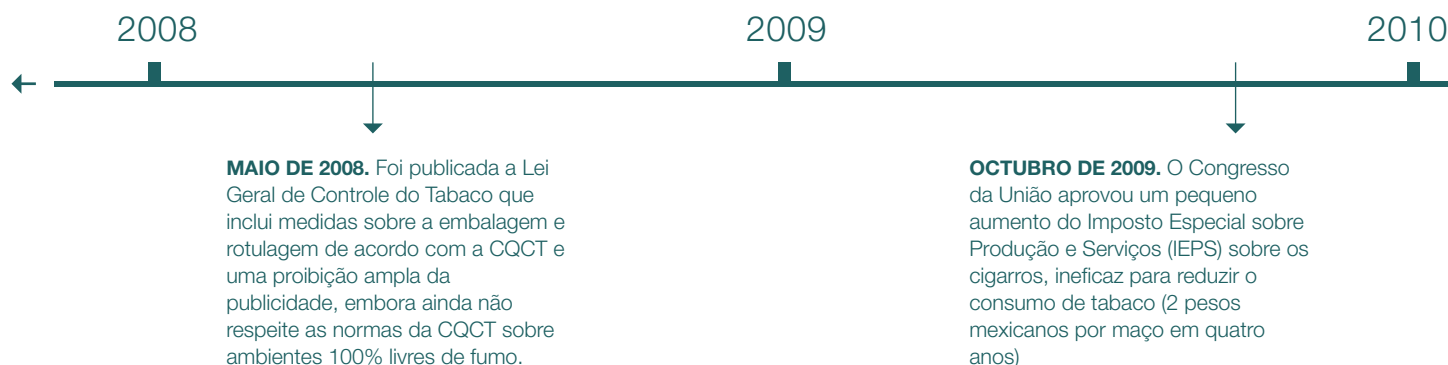
Paralelamente à disputa pelos impostos, em outubro de 2011 foi apresentado um projeto de reforma integral da Lei Geral de Controle do Tabaco para adequá-la às recomendações da CQCT. As organizações da sociedade civil trabalharam articuladamente com deputados e senadores aliados para promover um projeto que respeitasse os padrões internacionais sobre a matéria. A partir desta ação conjunta foram recolhidas 100 assinaturas de legisladores de todos os partidos políticos para que o projeto tivesse a legitimidade necessária para ser discutido. Os líderes das organizações foram informados por fontes informais de que alguns deputados, influenciados pelo lobby da indústria do tabaco, pressionaram para suspender a discussão dos projetos reiteradamente. Inclusive, foi verificada a coexistência de outros projetos que não cumpriam com os padrões mínimos estabelecidos pela CQCT e suas diretrizes, e que foram denunciados publicamente pelas organizações da sociedade civil. No Senado, a indústria do

tabaco contratou parentes de legisladores em postos importantes para garantir a proteção e a promoção de seus interesses. Neste contexto, apesar dos esforços da sociedade civil e de alguns legisladores que denunciaram as irregularidades cometidas e revelaram a iniciativa através da imprensa, não foi possível atingir a discussão dos projetos no plenário das câmaras. Até a presente data (setembro de 2012), os projetos de reforma que defendem os interesses da indústria do tabaco e que foram apresentados como produto das ações de lobby da indústria também ainda não foram discutidos.



Vértigo magazine, 15 de Abril de 2012

▶ Em 2011, as organizações da sociedade civil mexicana denunciaram que a Secretaria de Economia do México enviou uma carta ao parlamento da Austrália manifestando-se contra o projeto da embalagem genérica deste país (embalagens de cigarros sem logotipos ou distintivos). O documento reproduz os argumentos da indústria do tabaco alegando aparentes inconsistências entre o projeto de lei e alguns tratados comerciais. Este fato demonstra que a interferência da indústria do tabaco funciona em múltiplos níveis e responde a uma estratégia que transcende as fronteiras e se desdobra a nível internacional.





Uma das estratégias mais utilizadas pela indústria do tabaco é a de mobilizar grupos de fachada que defendam seus interesses. O México não foi a exceção, conforme demonstra o seguinte apelo impulsionado pela BAT e pela PMI:

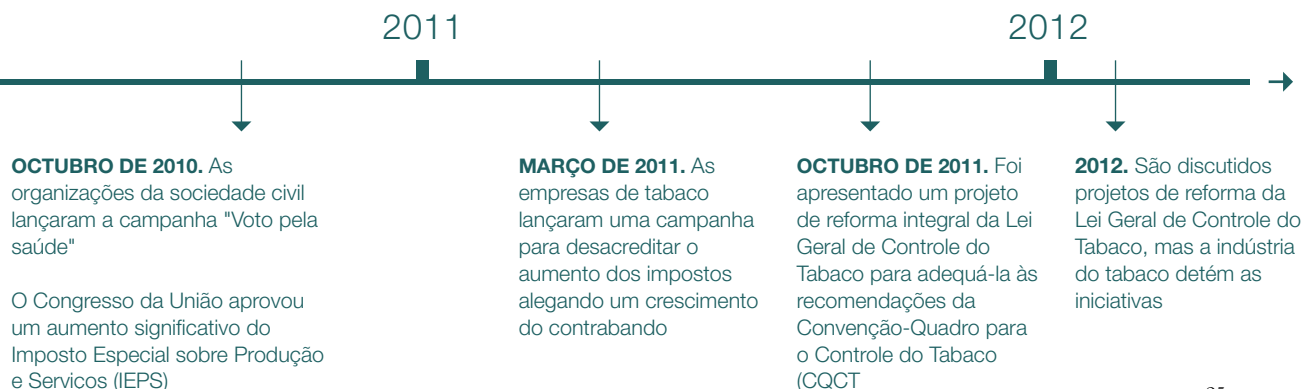
"As organizações do setor privado sairão na segunda-feira para gritar: chega! Para lutar contra a pirataria e para divulgar os prejuízos que o flagelo gera para o setor formal da economia. Nesta iniciativa estão a Associação Nacional de Supermercados, a Câmara Nacional do Comércio Pequeno da Cidade do México, a Associação Nacional de Mercadorias Atacadistas, a Aliança Nacional de Pequenos Comerciantes e o Instituto Mexicano para a Promoção do Comércio de Mercadoria e Outros. Todos eles convocados e organizados pela British American Tobacco e a Philip Morris, cujo verdadeiro objetivo é começar a fazer movimentos contra o possível aumento do IEPS sobre os cigarros que estão preparando os deputados."

FONTE: **Excélsior**, México, 2 de outubro de 2012. P. 2

## Reflexões sobre o caso

A situação do México em relação às políticas de controle do tabaco teve avanços e retrocessos nos últimos anos. A campanha da sociedade civil desenvolvida em 2010 deu muita visibilidade à discussão sobre a necessidade de adotar medidas para combater o tabagismo e, de alguma forma, exigiu um posicionamento público dos decisores políticos. Ao mesmo tempo, é interessante observar como esta campanha obrigou a indústria do tabaco a começar a mostrar e a expressar claramente seus interesses,

agora não só através de seus grupos de pressão, mas também abertamente, com uma ampla estratégia de mídia. Espera-se que estas disputas continuem e que a indústria implemente estratégias cada vez mais agressivas para bloquear a implementação de políticas efetivas. No entanto, as intervenções da sociedade civil organizada, que gerou redes de trabalho e conjugou esforços de diferentes setores, têm sido fundamentais para deter os avanços da indústria e forçá-la a mostrar seu jogo. Ao mesmo tempo, este processo serviu para avançar na desnaturalização das ações das empresas de tabaco e, gradualmente, instalar a ideia de que a defesa do direito à saúde deve prevalecer sobre os interesses econômicos da indústria do tabaco.



## Para analisar o caso

- ▶ Quais são as estratégias implementadas pela indústria do tabaco que considera mais relevantes neste caso?
- ▶ Considera inovadora alguma das ações realizadas pela indústria do tabaco?
- ▶ Há pontos de coincidência com as ações realizadas pela indústria do tabaco no seu país?
- ▶ Quais foram os avanços em matéria de impostos sobre o tabaco no seu país?
- ▶ Quais foram os maiores sucessos da sociedade civil do México para defender suas políticas?
- ▶ Que outras ações poderiam ter sido implementadas?
- ▶ Quais são as suas reflexões sobre o caso?

## 4.2 | COLÔMBIA

### Estratégias da indústria do tabaco para evitar a proibição total de publicidade, promoção e patrocínio

Número de habitantes: 46.736.659<sup>24</sup>

---

Prevalência do consumo de tabaco: 17,06%<sup>25</sup>

---

Consumo anual per capita de cigarros: 412 unidades<sup>26</sup>

---

Ano de ratificação da CQCT: Adesão em 2006 e entrada em vigor em 2008

---

Principais medidas de controle do tabaco implementadas até setembro de 2012:

- Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público locais de trabalho (Lei N° 1335)
  - Advertências sanitárias com pictogramas (Lei N° 1335)
  - Proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco (Lei N° 1335)
- 

Principais empresas de tabaco<sup>27</sup>:

- Coltabaco (Philip Morris International): aproximadamente 50% do mercado
- Protabaco (British American Tobacco): aproximadamente 50% do mercado

A Colômbia possui uma das leis de controle do tabaco mais completas da América Latina. A Lei N° 1335, sancionada em 2009, contempla algumas das medidas mais eficazes recomendadas pela CQCT, como a implementação de ambientes 100% livres de fumo nos espaços fechados de acesso público e locais de trabalho, a inclusão de advertências sanitárias com pictogramas nos maços de cigarros, a proibição da venda por unidade e a proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos

do tabaco, entre outras. A sanção desta lei foi possível principalmente graças ao trabalho conjunto dos legisladores e das organizações da sociedade civil, com o acompanhamento do vice-ministro de Saúde da época. Em virtude dos compromissos assumidos pela Colômbia após a ratificação da CQCT, o Congresso excluiu os representantes da indústria do tabaco da mesa de negociações da lei com base no artigo 5.3 da CQCT, que estabelece um limite para a interação dos governos com as empresas de tabaco<sup>28</sup>.

---

<sup>24</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). 11 de outubro de 2012. Disponível em: [http://www.dane.gov.co/reloj/reloj\\_animado.php](http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php) (acesso em 23 de outubro de 2012).

<sup>25</sup> Fonte: Parties' Report. Second implementation Report; 1° de maio de 2012. Disponível em: [http://www.who.int/fctc/reporting/party\\_reports/columbia\\_2012\\_report\\_final.pdf](http://www.who.int/fctc/reporting/party_reports/columbia_2012_report_final.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

<sup>26</sup> M. Eriksen, J. Mackay, H. Ross, **The Tobacco Atlas**; fourth edition, American Cancer Society Inc, 2012. [www.TobaccoAtlas.org](http://www.TobaccoAtlas.org).

<sup>27</sup> La Fusión BAT\Protabaco: Efectos Unilaterales, Colusión y Oligopolios Multimercados. 2011. Disponível em: <http://focoeconomico.org/2011/06/07/la-fusion-batprotabaco-efectos-unilaterales-colusion-y-oligopolios-multimercados/> (acesso em 23 de outubro de 2012).

<sup>28</sup> 2010: **Guia de ação para o tratado global contra o tabaco**, Corporate Accountability International NATT, 2010. Disponível em: [www.stopcorporateabuse.org/sites/default/files/GTTAG\\_english\\_web.pdf](http://www.stopcorporateabuse.org/sites/default/files/GTTAG_english_web.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

Após a promulgação da lei, foram apresentadas duas ações para declarar alguns de seus artigos inconstitucionais, como os que estabeleciam a proibição da venda no varejo e a proibição de publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco. Estas demandas alegavam, principalmente, que a Lei N° 1335 era contrária ao direito ao trabalho, à liberdade de expressão e à liberdade empresarial. Embora as ações judiciais não tenham sido interpostas diretamente pela indústria do tabaco, os argumentos utilizados não são diferentes daqueles que a indústria tem utilizado historicamente na maioria dos países. Felizmente, a Corte Constitucional colombiana considerou a norma em questão consistente e esta continuou em vigor. Estes são alguns dos argumentos da Corte (Sentença C-830 de 2010: Constitucionalidade dos artigos 14, 15, 16 e 17 da Lei N° 1335 de 2009):

- “Estas medidas são compatíveis com a liberdade empresarial e com a livre iniciativa privada, na medida em que o legislador pode impor restrições, incluindo a proibição à publicidade comercial quando ocorram razões imperiosas que sejam proporcionais a tais

medidas. (...) No presente caso, há um consenso global sobre o caráter intrinsecamente nocivo dos produtos do tabaco e seus derivados, considerando os danos certos, objetivos e verificáveis para a saúde de seus consumidores e fumantes passivos, assim como para o meio ambiente.”

- “Essa proibição é uma expressão do princípio de solidariedade e de suas finalidades sociais de primeira ordem, como a preservação da saúde pública e do meio ambiente.”

• “No caso da proibição de publicidade, promoção e patrocínio de tabaco existe tanto um interesse legítimo do Estado, para assegurar o mais alto nível da saúde pública e do saneamento ambiental, como a relação entre o objetivo procurado e a medida imposta.”

A proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de tabaco entrou em vigor em 21 de julho de 2011 e gerou grandes expectativas, já que na região da América Latina e do Caribe, apenas o Panamá possuía uma lei semelhante. Neste contexto, a sociedade civil começou a trabalhar para monitorar as ações da indústria do tabaco em relação a esta política e, assim, fortalecer a sua implementação.

▶ Na Colômbia, a proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco não impediu os investimentos da indústria do tabaco neste campo. Este fato foi comprovado a partir das declarações de uma importante agência de publicidade, que três dias antes da entrada em vigor da restrição, anunciou em seu site que havia ganhado duas novas licitações:

*"Na primeira, conseguida depois de um árduo trabalho para entender a dinâmica do nosso público-alvo, combinado com as novas restrições no mercado do tabaco na Colômbia, foi desenvolvida uma sólida proposta criativa que identificará e colocará a Coltabaco no mapa no Dia do Lojista, atividade criada pela FENALCO. A segunda conquista foi obtida graças a uma proposta arriscada e inovadora de mobiliário portátil para a venda de maços de cigarros em diferentes espaços de acordo com a nova legislação. Esta proposta está focada na criação de móveis duráveis, resistentes, versáteis e facilmente transportáveis, buscando uma aproximação com o consumidor que facilite a compra do produto."*

FONTE: Site da Agência Leo Burnett, 18 de julho de 2011. <http://www.b-leo.com/?cat=138&paged=4> (Acesso em outubro de 2011).

## Novas estratégias para os pontos de venda

Impedida de realizar campanhas de publicidade, a indústria do tabaco concentrou seus esforços no máximo aproveitamento da exibição de seus produtos nos pontos de venda e em estreitar os laços com os proprietários e gerentes de lojas, supermercados e outros estabelecimentos onde os cigarros são vendidos.

Antes da entrada em vigor da proibição de publicidade, promoção e patrocínio, as organizações da sociedade civil haviam detectado que as grandes empresas de tabaco tinham implementado uma campanha em 46.000 pontos de venda de cigarros espalhados por todo o país para informar, de acordo com suas próprias palavras, a maneira correta de retirar a publicidade e cumprir a Lei N° 1335<sup>29</sup>. Neste ponto a lei não deixa margem para interpretação, já que indica que toda a publicidade deve ser removida, e isso despertou suspeitas de que a indústria do tabaco estava implementando uma estratégia para gerar fidelidade entre os lojistas e, de alguma forma, implementar uma estratégia de publicidade para evitar a proibição.



Promoções e concursos para lojistas com o objetivo de incentivar a venda de determinadas marcas.



CAMPANHA PMI LOJISTAS 2012



Quando a norma entrou em vigor, as organizações da sociedade civil, como a Colômbia Corporate Accountability International (CAI Colômbia) e a Fundación para la Educación y el Desarrollo Social (FES), tomaram medidas para monitorar a indústria do tabaco. Como era esperado, as empresas de tabaco começaram a implementar estratégias para aproveitar os pontos onde a legislação não era demasiado específica e, em alguns casos, com ações que violavam a lei.

Como foi previsto nos monitoramentos realizados antes da implementação da lei, uma das principais estratégias da indústria foi a de gerar ações para fidelizar os proprietários e os gerentes dos pontos de venda.

Neste sentido, a Protabaco e a Coltabaco patrocinaram o evento da Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) realizado em Bogotá e em outras 20 cidades pelo “Dia nacional do lojista.” Além de violar abertamente a proibição de publicidade, este fato demonstrou um interesse particular por estreitar os

laços com o setor. Como parte da mesma estratégia, as empresas de tabaco implementaram promoções dirigidas aos lojistas, tais como concursos, descontos, prêmios e incentivos para promover a venda de determinadas marcas. A Protabaco inclusive desenvolveu um sistema de vendas on-line para proprietários e gerentes de pontos de venda oferecendo descontos e promoções para aqueles que se registrassem, o que constitui uma clara violação da Lei N° 1335.

Além da campanha para fidelizar os lojistas, a indústria desenvolveu algumas técnicas para publicitar seus produtos através da exibição do produto no ponto de venda. Neste sentido, começaram a multiplicar-se os grandes distribuidores ou expositores luminosos, bem apresentados e com inúmeros maços à vista. Estes expositores muitas vezes incitavam a compra de algum produto em particular, mostrando numerosos maços da mesma marca e às vezes ocultando os pictogramas de advertência sanitária.

29 “Coltabaco ayuda a retirar publicidad de cigarrillos.” *La República*, 13 de abril de 2011.







A BAT, através da Fundação BAT (logotipo e nome compartilhados com a empresa), durante 2011 e 2012 difundiu inúmeros programas e atividades através de seu site e de meios de comunicação de massa. Entre eles destaca-se um programa de empréstimos para pequenos agricultores (implementado através de um convênio com o Banco Agrario), a organização das edições III e IV do Salão BAT de Arte Popular, exposição itinerante que percorreu muitas cidades colombianas, e as oficinas de criatividade para crianças e adolescentes realizadas nesse contexto. O mais marcante dessas atividades é que foram realizadas com a participação de agências governamentais e outras organizações, ignorando os conflitos de interesse e as recomendações do Artigo 5.3 da CQCT. Além disso, a facilidade com que esses programas são anunciados mostra que não são percebidos como estratégias publicitárias. Inclusive é ignorado o fato de que a Fundação BAT é uma plataforma utilizada pela British American Tobacco para promover seu nome, seu logotipo e suas atividades comerciais.

A empresa PMI-Coltabaco também difundiu durante 2011 e 2012 suas ações de RSE, que muitas vezes foram realizadas em parceria com associações empresariais, órgãos governamentais e agências de cooperação. Talvez uma das atividades mais representativas dessa estratégia tenha sido um projeto para a reintegração dos desmobilizados e suas famílias (programas de reintegração à vida civil para aqueles que abandonam os grupos armados). Este projeto contou com a participação, entre outros, da Agência Colombiana de Reintegração, da Coltabaco,

da FENALCO Atlântico, da Agência do Governo dos EUA para o Desenvolvimento Internacional (USAID) e da Organização Internacional para as Migrações (OIM). Além deste projeto, a Coltabaco desenvolveu uma importante campanha de imprensa para dar visibilidade a outras iniciativas, normalmente implementadas com o governo ou com grupos aliados, como os programas para reduzir o trabalho infantil e os de incentivos para os produtores de tabaco. Considera-se que as ações de RSE não constituem uma violação expressa da lei, mas através da estratégia de difusão na imprensa dos programas de RSE que realiza, a indústria consegue fazer marketing empresarial, burlando deste modo a proibição de publicidade.



La República, 20 de setembro de 2012



Vanguardia, 28 de abril de 2012



RCN, 13 de dezembro de 2011





Na Colômbia, as ONGs têm realizado ações para desnaturalizar e denunciar as atividades que a indústria do tabaco descreve como socialmente responsáveis. Neste sentido, a CAI Colômbia teve um papel central ao denunciar as ações da indústria

do tabaco na América Latina e no Caribe através da publicação de estudos de casos de interferência da indústria do tabaco na região e no mundo em colaboração com The Network for Accountability of Tobacco Transnacionais (NATT).



▶ Durante 20 anos a Protabaco patrocinou o campeonato nacional de futebol de primeira divisão através de sua marca Mustang. Assim, o torneio foi associado com a marca de cigarros e tornou-se conhecido como a "Copa Mustang". Em um país onde o futebol é o esporte mais popular, essa estratégia foi durante muito tempo o carro-chefe da indústria do tabaco para gerar resistência à possível adoção de uma norma que proibisse a publicidade e o patrocínio dos produtos do tabaco. Assim, a indústria procurou instalar a ideia de que uma proibição total seria uma restrição injusta à iniciativa de responsabilidade social de uma empresa que, supostamente, só desejava contribuir com o esporte. Felizmente, as empresas não conseguiram bloquear a promulgação da Lei Nº 1335, mas sua influência fez com que os representantes do Instituto Colombiano do Esporte (COLDEPORTES), pedissem e conseguissem que a aplicação das medidas de proibição de publicidade e de patrocínio fosse adiada dois anos.

## Reflexões sobre o caso

A Lei N° 1335 da Colômbia é, sem dúvida, uma das mais completas e abrangentes da região da América Latina e do Caribe. Esta legislação gerou uma reação significativa da indústria do tabaco. Primeiro tentou impedir sua sanção; após a promulgação, a indústria do tabaco tentou anulá-la através de uma estratégia legal para que fosse declarada inconstitucional; e, finalmente, após sua implementação, começou a desenvolver estratégias para enfraquecê-la. A maioria das estratégias utilizadas estão baseadas na premissa de que toda legislação está sujeita a interpretações e exploram as “lacunas” ou “brechas” para evitar as restrições. Como complemento, a indústria do tabaco esforçou-se para construir uma imagem pública

positiva e posicionar-se como um cidadão corporativo socialmente responsável.

As organizações da sociedade civil comprometidas com o controle do tabaco realizaram um trabalho importante para deter as interferências da indústria do tabaco e para expor as contradições entre seus objetivos e os objetivos da saúde pública. No entanto, desnaturalizar a imagem positiva da indústria é um processo árduo que requer tempo. Sem dúvida, a lei colombiana é um passo nesta direção. No entanto, a lei por si só não é suficiente. Será necessário um compromisso mais forte do governo e aumentar os esforços de monitoramento e denúncia da sociedade civil para garantir que a saúde da população colombiana seja efetivamente protegida e para expor os verdadeiros interesses que estão por trás das ações de responsabilidade social das empresas de tabaco

### Para analisar o caso

- ▶ Quais são as estratégias implementadas pela indústria do tabaco que considera mais relevantes neste caso?
- ▶ Considera inovadora alguma das ações realizadas pela indústria do tabaco?
- ▶ Há pontos de coincidência com as ações realizadas pela indústria do tabaco no seu país?
- ▶ Quais são as principais atividades de responsabilidade social empresarial que são conduzidas pela indústria do tabaco no seu país? Alguma dessas ações é realizada com o apoio de algum órgão do governo?
- ▶ Que avanços têm sido registrados em seu país em relação à proibição de publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco?
- ▶ Quais foram os maiores sucessos da sociedade civil colombiana para defender as políticas?
- ▶ Que outras ações poderiam ter sido implementadas?
- ▶ Quais são as suas reflexões sobre o caso?

## 4.3 | ARGENTINA

### A indústria do tabaco oculta atrás de grupos de fachada

Número de habitantes: 40.117.096<sup>32</sup>

---

Prevalência do consumo de tabaco: 30% da população adulta<sup>33</sup>

---

Consumo anual per capita de cigarros: 1014 cigarros por ano por habitante com mais de 15 anos<sup>34</sup>

---

Ano de ratificação da CQCT: assinado em 2003. Em setembro de 2012 está pendente de ratificação

---

Principais medidas de controle do tabaco implementadas até setembro de 2012:

- Advertências sanitárias com pictogramas (Lei Nº 26.687)
  - Ambientes 100% livre de fumaça de tabaco (Lei Nº 26.687)
  - Proibição ampla de publicidade, promoção e patrocínio (excluindo os pontos de venda e a publicidade direta a maiores de 18 anos) (Lei Nº 26.687)
- 

Principais empresas de tabaco<sup>35</sup>:

- Philip Morris International (PMI) - Massalin Particulares: 73,2% do mercado
- British American Tobacco (BAT) - Nobleza Piccardo: 23,5% do mercado

Na Argentina, nos últimos 40 anos, todos os projetos de lei de controle do tabaco que incluíam medidas efetivas para reduzir a epidemia do tabagismo foram sistematicamente bloqueados no Congresso Nacional devido à interferência da indústria do tabaco<sup>36</sup>. Apenas uma lei que incluía um pacote de medidas efetivas para reduzir o consumo do tabaco conseguiu ser aprovada em 1992, mas foi vetada duas semanas após a sua sanção como resultado do lobby da indústria, um processo que está documentado e publicado<sup>37</sup>. Da mesma forma, a grande influência e o poder da indústria do tabaco no país têm conseguido que a

Argentina seja o único país da América do Sul e um dos poucos no mundo que não tenha ratificado a CQCT.

Neste contexto, em janeiro de 2010 –quase um ano antes da realização da Quarta Conferência das Partes da CQCT (COP4) no Uruguai– as organizações da sociedade civil argentina comprometidas com a defesa do direito à saúde formaram a Coalizão para a Ratificação Argentina da CQCT com o objetivo de que o país referendasse o tratado. A coalizão, liderada por organizações como a Alianza Libre de

---

32 Dados do censo nacional de 2010. [http://www.argentina.ar/\\_es/pais/C3002-censo-2010.php](http://www.argentina.ar/_es/pais/C3002-censo-2010.php).

33 Dados do Ministério da Saúde da Nação. **Informação sobre vigilância epidemiológica:** [http://www.msal.gov.ar/htm/site\\_tabaco/vigilancia.asp](http://www.msal.gov.ar/htm/site_tabaco/vigilancia.asp). **Informação por província:** [http://www.msal.gov.ar/htm/site\\_tabaco/info\\_x\\_provincia.asp](http://www.msal.gov.ar/htm/site_tabaco/info_x_provincia.asp) (acesso em 23 de outubro de 2012)

34 M. Eriksen, J. Mackay, H. Ross, **The Tobacco Atlas**, fourth edition, American Cancer Society Inc, 2012. [www.TobaccoAtlas.org](http://www.TobaccoAtlas.org).

35 Dados do Ministério da Agricultura da Nação. [http://64.76.123.202/site/agricultura/tabaco/\\_cadena/cadena\\_valor\\_tabaco.pdf](http://64.76.123.202/site/agricultura/tabaco/_cadena/cadena_valor_tabaco.pdf) (acesso em 23 de outubro de 2012).

36 E. Sebríe, J. Barnoya, E. Pérez-Stable, S. Glantz. **Tobacco industry successfully prevented tobacco control legislation in Argentina**; *Tobacco Control*; Outubro de 2005; 14:e2 Disponível em: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/picrender.fcgi?artid=1748093&blobtype=pdf> (acesso em 23 de outubro de 2012)

37 Glantz, S.; Barnoya, J. **Tobacco industry success in preventing regulation of secondhand smoke in Latin America: the “Latin Project”**, *Tobacco Control* 2002;11:305–314.

Humo de Tabaco Argentina (ALIAR), a Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), a Unión Antitabáquica Argentina (UATA), a Asociación Argentina de Tabacología (AsAT), a Liga Argentina de Lucha contra el Cáncer (LALCEC) e a Asociación Argentina de Oncología Clínica (AAOC), entre outras, mobilizaram e conseguiram a adesão e o apoio de mais de 80 organizações de todo o país.

A coalizão elaborou um plano de ação para dar visibilidade ao pedido de ratificação e promover a discussão nas câmaras de deputados e senadores. O plano de ação incluiu diversas atividades, tais como o desenvolvimento de materiais com informação técnica, jurídica e econômica, a difusão de comunicados de imprensa, campanhas de cartas dirigidas aos legisladores nacionais e manifestações em frente ao Congresso Nacional. Ao mesmo tempo, as ações da coalizão tiveram o apoio das organizações e líderes internacionais que se uniram ao pedido de ratificação da CQCT.

Este movimento gerou a resposta da indústria do tabaco, que começou a implementar uma estratégia de obstaculização que contou principalmente com as fortes alianças com os grandes produtores de tabaco e os legisladores das províncias produtoras de tabaco.

Em abril de 2010, os legisladores nacionais se reuniram em plenário a fim de debater a ratificação da CQCT. Para avançar na discussão, as comissões de saúde e de relações exteriores do Senado convocaram duas audiências públicas para escutar os diferentes atores envolvidos.



Mobilizações realizadas pela Coalizão para a ratificação da CQCT em março de 2010

As audiências foram realizadas em 22 e 29 de abril de 2010. Contaram com a participação das organizações da coalizão e de alguns representantes do Ministério da Saúde da Nação e da Organização Pan-Americana da Saúde. Além disso, houve participação em massa dos produtores de tabaco apoiados pelos representantes da indústria do tabaco.

O principal argumento apresentado pelos setores opostos à ratificação argentina da CQCT argumentava que a entrada em vigor do tratado envolveria a revogação de uma lei que regula um imposto que é tributado em cada maço de cigarros, e que retorna aos produtores de acordo com a porcentagem da produção, o Fundo Especial do Tabaco (FET)<sup>38</sup>, e que isso prejudicaria diretamente as províncias produtoras de tabaco. Embora este argumento seja falaz, porque nenhum dos artigos da CQCT regula a produção de tabaco, pelo contrário, propõe encontrar alternativas economicamente viáveis para os agricultores e trabalhadores e reconhece a importância da assistência técnica e financeira neste campo, as pressões da indústria do tabaco detiveram a ratificação do tratado.

Apesar disso, o debate sobre a ratificação da CQCT atingiu tal dimensão e nível de resistência em determinados setores do parlamento (especialmente entre os legisladores de províncias produtoras de tabaco) que habilitou um espaço político para avançar

<sup>38</sup> O Fundo Especial do Tabaco (FET) foi criado em 1972 através do Decreto-lei 19.800. Este fundo é financiado por um imposto específico sobre o consumo de tabaco (aproximadamente 7% do preço de varejo de cada maço de cigarros). O dinheiro arrecadado pelo FET é distribuído entre as províncias produtoras de acordo com o valor de sua produção de tabaco e, portanto, funciona como um subsídio à produção de tabaco.

com uma medida negociadora que destravasse a discussão. Assim, desimpediu-se o caminho para trabalhar na elaboração e na discussão de uma lei nacional de controle do tabaco, como uma alternativa para a novamente adiada ratificação da CQCT. Neste contexto, durante vários meses de 2010 foram divulgados e discutidos em comissão vários projetos de lei, alguns favoráveis aos interesses da indústria – principalmente os defendidos pelos legisladores das províncias produtoras de tabaco – e outros compatíveis com os objetivos da saúde pública. Durante as discussões, para contrapor as interferências da indústria do tabaco, as organizações da sociedade civil prestaram assessoria técnica e continuaram com a campanha de imprensa pedindo a adoção de uma lei que respeitasse as normas internacionais de controle do tabaco.

Finalmente, este árduo processo concluiu em 1º de junho de 2011, quando o Congresso Nacional aprovou a Lei de Controle do Tabaco N° 26.687. Esta lei, em linha com as recomendações internacionais, contempla

como medidas principais a implementação de ambientes 100% livre de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados com acesso público e nos locais de trabalho, uma ampla restrição sobre publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco (que exclui os pontos de venda e a publicidade direta a maiores de 18 anos) e a inclusão de advertências sanitárias com pictograma nos maços de cigarros.



Para impedir a ratificação da CQCT, a indústria do tabaco utilizou grupos de fachada como os grandes produtores de tabaco e representantes dos governos das províncias produtoras de tabaco. Os principais argumentos apresentados durante as audiências públicas coincidem com os argumentos utilizados pela indústria em todo o mundo<sup>39</sup>, entre os quais podemos citar<sup>40</sup>:

- ▶ **A CQCT acabará com a produção de tabaco e destruirá as economias regionais:**  
*“Para que estamos os legisladores provinciais e nacionais, se não podemos aprovar uma lei e temos que aceitar algo que está sendo imposto pela Organização Mundial da Saúde? (...) Estamos plenamente de acordo com que o tabaco é ruim para a saúde, mas também temos que ver que alimenta muita gente com a sua produção. (...) o tabaco leva mais comida para a mesa que corpos para os atáúdes.”*  
 J. Mazzone, deputado provincial pelo departamento de General Güemes da província de Salta e produtor de tabaco
- ▶ **O cultivo de tabaco é insubstituível:**  
*“Se a Convenção-Quadro for ratificada, desapareceremos; com isso teremos sérias consequências. Isto é, nós, nossos trabalhadores, as famílias, tudo convertido em cidades fantasmas.”*  
 P. Pascuttini, Unión de Tabacaleros de Jujuy

39 Relatório de mitos e realidades econômicas do tabaco. Banco Mundial. Disponível em: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTHEALTHNUTRITIONANDPOPULATION/EXTETC/0,,contentMDK:20365226~menuPK:478891~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:376601,00.html> (acesso em 23 de outubro de 2012).

40 Todas as citações textuais pertencem ao registro estenográfico da audiência pública realizada em 22 de abril de 2010 no âmbito da reunião da Comissão de Relações Exteriores e Culto da Câmara de Senadores da Nação.



▶ **A produção de tabaco é uma fonte de emprego insubstituível na região de produção de tabaco do país:**

*"A possível ratificação da Convenção ataca não só a possibilidade de crescimento, mas a possibilidade de subsistência de um dos setores produtivos mais tradicionais do NOA (noroeste da Argentina) e do NEA (nordeste da Argentina). Não é mais uma questão de que não poderemos crescer, mas principalmente que vamos decrescer, e portanto, afetar diretamente os indicadores de desenvolvimento da nossa população."*  
R. Villada, Movimiento Productivo del Norte

▶ **Se a Convenção for ratificada aumentará o contrabando:**

*"Uma das primeiras definições da Convenção-Quadro é sobre o comércio ilegal, que é uma preocupação comum de todos os interessados. Infelizmente, essa filosofia está sendo gerada ao contrário dos fatos: estão surgindo problemas de comércio ilegal pelos regulamentos que, neste mosaico de normas, estão sendo extremistas, assumindo posições contra a indústria legalmente constituída e deixando uma ampla margem de manobra para a ilegalidade."*

F. Etchebehre, representante da BAT-Nobleza Piccardo e da Câmara da indústria do tabaco

Na Argentina as exportações de tabaco se duplicaram entre 1993 e 2008 e atualmente representam quase 80% da produção total de tabaco. Por este motivo, são falsos os argumentos que sustentam que a ratificação da CQCT teria um impacto significativo ou imediato na produção, nas economias regionais ou na indústria. Se a Argentina implementasse as medidas da CQCT diminuiria progressivamente o consumo interno de tabaco, mas isso não teria impacto sobre a renda dos produtores de tabaco porque o consumo doméstico representa menos de 20% da produção.

## Implementação da lei: o novo foco de interferência da indústria do tabaco

Embora a promulgação de leis seja uma faculdade do Poder Legislativo e as leis sejam operacionais a partir do momento de sua promulgação e posterior publicação no Diário Oficial, a Constituição Argentina autoriza o Poder Executivo a ditar regulamentos que estabeleçam as condições da aplicação e a efetiva implementação das normas. Estes regulamentos são necessários para facilitar a implementação, mas em nenhum caso podem contradizer ou exceder as disposições da legislação a que se referem. No caso da lei argentina de controle do tabaco há alguns aspectos que não podem ser implementados sem a regulamentação. Entre estes aspectos destacam-se: a designação dos órgãos de fiscalização responsáveis pelo acompanhamento do cumprimento das medidas tomadas pelo governo e a regulação das exceções

previstas pelo artigo de proibição de publicidade, promoção e patrocínio.

A Lei Nº 26.687 concedeu 180 dias de prazo para sua regulamentação, ato que correspondia ao Ministério da Saúde da Nação. Durante o prazo outorgado, o Ministério da Saúde não evidenciou suas ações publicamente nem convocou formalmente a sociedade civil para o desenvolvimento do documento. Apesar desta situação, organizações como a FIC Argentina e a ALIAR ofereceram assessoria técnica e acompanharam o processo de forma contínua. Paralelamente, as organizações monitoraram as ações da indústria do tabaco e de seus grupos aliados para detectar possíveis interferências. Assim, alguns dias antes do cumprimento do prazo previsto para a regulamentação, as organizações foram informadas por meio de fontes informais do governo de que certos atores (que não foram identificados) estavam exercendo pressão para retardar a regulamentação. A informação obtida foi vaga e a fonte solicitou extrema confidencialidade. No entanto, o caso alertou a sociedade civil.



O prazo outorgado pela lei para sua regulamentação expirou em dezembro de 2011, e em virtude das informações obtidas, os líderes das organizações solicitaram diversas vezes audiências com o Ministro da Saúde para oferecer apoio técnico, verificar as ações de interferência e incidir no processo. Essas solicitações foram ignoradas, razão pela qual foi decidida uma redefinição da estratégia para contrapor a possível interferência. Neste contexto, as organizações, com o apoio de líderes nacionais e internacionais, desenvolveram uma campanha de cartas dirigidas ao Ministro da Saúde e a outros funcionários da carteira exigindo a rápida regulamentação da lei. Paralelamente, foi lançada uma estratégia midiática para instalar a discussão e exigir que as devidas providências fossem tomadas.

Apesar da grande repercussão obtida por estas ações nos meios de comunicação, as organizações continuavam sem ser recebidas pelo Ministro da Saúde, sem ter acesso ao expediente, nem possibilidades de participar do processo.

Em junho de 2012, a FIC Argentina e a ALIAR, utilizando o direito de acesso à informação pública reconhecido pelo decreto nacional 1172/2003<sup>41</sup>, apresentaram formalmente ao Ministério da Saúde um pedido de acesso ao arquivo do projeto de regulamentação da lei. Como resultado desta ação, foi constatada a existência de um projeto de regulamento que respeitava os mais elevados padrões de saúde e um relatório apresentado pela Loteria Nacional Sociedad do Estado da República Argentina<sup>42</sup> (LNSE), que estava solicitando que os regulamentos introduzissem

exceções à lei para permitir a habilitação de áreas para fumadores nas salas de jogo sob sua órbita, violando abertamente as disposições da norma com o suposto objetivo de evitar possíveis processos dos concessionários das salas de jogo. Ao mesmo tempo, o relatório propunha a habilitação de áreas para fumantes e a utilização de ventiladores, discriminando os trabalhadores e trabalhadoras das salas de jogos que, se as exceções fossem implementadas, permaneceriam expostos à fumaça do tabaco. O principal argumento para a solicitação dessas exceções é o mesmo que a indústria do tabaco tem utilizado em todo o mundo, e está baseado na alegação de que os ambientes 100% livres de fumo causam perdas econômicas às salas de jogo. Ao mesmo tempo, como pode ser visto, o relatório da LNSE estava propondo o mesmo que o programa “Convivência em harmonia” da indústria do tabaco<sup>43</sup>. Além disso, a estratégia de estabelecer parcerias com a indústria do jogo não é nova, tem sido observada em muitos países, está devidamente documentada<sup>44</sup> e serve aos interesses das empresas de tabaco.

---

41 O decreto 1172/2003 habilita os cidadãos a solicitar informações a qualquer órgão do Poder Executivo. Segundo o decreto, entende-se por informação “qualquer constância em documentos escritos, fotográficos, gravações, suporte magnético, digital ou qualquer outro formato que tenha sido criado ou obtido pelos sujeitos mencionados (...) ou que esteja em seu poder ou sob seu controle, ou cuja produção tenha sido financiada na íntegra ou em parte por fundos públicos, ou que sirva como base para uma decisão de natureza administrativa, incluindo as atas de reuniões oficiais.” Os sujeitos requeridos são obrigados a responder e devem fazê-lo com informação verdadeira. O decreto também prevê medidas legais se o organismo requerido não responde em tempo hábil e de forma adequada.

42 A Lotería Nacional Sociedad del Estado de la República Argentina (LNSE) é uma agência do governo, responsável pela gestão e regulamentação das atividades relacionadas com o mercado de jogos de azar no país. A Loteria Nacional atua de forma indireta, por meio de concessionários, nas salas de jogo cuja jurisdição é nacional, ou seja, o Cassino Flutuante do Rio da Prata, numerosas casas de bingo e o Hipódromo Argentino, que também oferece salas com máquinas caça-níqueis e outros jogos de azar. Ver <http://www.loteria-nacional.gov.ar>.

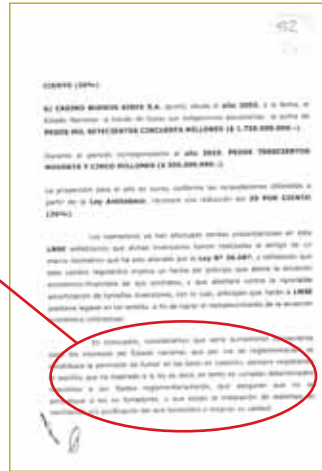
43 E. Sebríé, S. Glantz, “Accommodating” smoke-free policies: tobacco industry’s Courtesy of Choice programme in Latin America; *Tob Control* 2007 Oct; 16(5):e6. Disponível em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17897975> (acesso em outubro de 2012).

44 L. L. Mandel, S. A. Glantz, Hedging their bets: tobacco and gambling industries work against smoke-free policies, *Tob Control* 2004;13:268-276 doi:10.1136/tc.2004.007484. Disponível em: <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/13/3/268.short> (acesso em outubro de 2012).



“Em conclusão, consideramos que seria mais conveniente para os interesses do Estado que por meio da regulamentação se estabeleça a permissão de fumar nos ambientes em questão.”

Laudo da Loteria Nacional incorporado ao processo de regulamentação da Lei 26.687 requerendo a habilitação de áreas para fumantes nas salas de jogo.



Para contrapor a interferência, a FIC Argentina denunciou os fatos publicamente numa jornada para jornalistas e através de um comunicado de imprensa, conseguindo uma repercussão significativa. Ao mesmo tempo, elaborou um parecer sobre o regulamento e solicitou sua incorporação ao processo. O parecer desenvolvido pela FIC Argentina baseou-se principalmente na efetividade da implementação de leis de ambientes livres de fumo e respondeu com evidência científica aos falsos argumentos da LNSE. Também demonstraram que deixar espaço para as exceções solicitadas por essa entidade seria um avassalamento dos princípios contidos na lei nacional de controle do tabaco e, portanto, a regulamentação seria ilegal e passível de impugnação.



Jornada para jornalistas, Buenos Aires 29/08/12

### ► A indústria do tabaco não descuidava nenhuma frente

Na Argentina, a interferência da indústria do tabaco na implementação das leis de controle do tabaco tem sido detectada não só a nível nacional, mas também a nível provincial. Como antecedente de interferência na regulação de uma lei destaca-se o caso da província de San Luis, que em 2010, antes da promulgação da lei nacional, aprovou uma legislação para implementar ambientes 100% livres da fumaça do tabaco e a proibição total de publicidade, promoção e patrocínio em sua jurisdição.

Fontes informais alertaram as organizações da sociedade civil sobre uma reunião entre os representantes da indústria do tabaco e altos funcionários do governo provincial, em que solicitaram que a regulamentação da norma incluísse exceções à proibição da publicidade de tabaco. Também confirmaram que o Ministério da Saúde de San Luis havia desenvolvido um projeto de regulamentação contemplando essas "sugestões" da indústria do tabaco, que claramente violavam o texto da lei.



A rápida reação das organizações, que solicitaram audiências com autoridades do governo, enviaram cartas, e deram visibilidade à situação nos meios de comunicação locais, permitiu contrapor a interferência da indústria. Após a exposição do tema para a opinião pública e depois de conseguir o apoio de alguns decisores políticos, a província aprovou um regulamento que respeita o espírito da lei no início de 2011. Assim, San Luis tornou-se a nona província da Argentina 100% livre de fumo e a terceira em proibir totalmente a publicidade, a promoção e o patrocínio do tabaco.

Mais uma vez, os principais fatores para o sucesso nesse processo foram a criação de redes de trabalho entre a sociedade civil de todo o país e as sólidas parcerias entre as organizações e os líderes governamentais do controle do tabaco.

## A indústria do tabaco e os grupos de fachada na Argentina

Na Argentina, a oposição às políticas de controle do tabaco foi conduzida principalmente por setores aliados à indústria do tabaco ou por grupos de fachada.

- Clarín, 30/12/11

**Associações do setor hoteleiro e gastronômico** → obstaculizaram a sanção de leis subnacionais de ambientes 100% livres de fumo no início do processo na Argentina
  - Clarín, 03/05/10

**Produtores de tabaco** → obstaculizam a ratificação da CQCT
  - Journal Muy, 16/10/12

**Setor de salas de jogo** → obstaculiza a implementação da lei nacional de controle do tabaco
  - El Libertario 29/06/10

**Decisores políticos (principalmente representantes das províncias da região produtora de tabaco)** → obstaculizam qualquer medida de controle do tabaco
- Declaraciones de un senador nacional pela provincia de Jujuy (região tabacalera)

## Reflexões sobre o caso

Até a presente data (setembro de 2012), a lei argentina de controle do tabaco ainda não está regulamentada. O pedido de inclusão de exceções não contempladas pela lei tem servido não só para interferir com a política de ambientes livres de fumo, mas também para dilatar o processo geral e assim impedir a implementação de numerosas medidas previstas pela legislação, especialmente a implementação das restrições de publicidade, promoção e patrocínio. Isso deu tempo à indústria para reelaborar e implementar novas estratégias de comercialização de seus produtos através de uma grande expansão de suas ações nos pontos de venda e de suas ações de marketing relacional. Por não ter um regulamento aprovado, não pode ser designado um órgão de controle que fiscalize as atividades da indústria em matéria de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco (ver “Publicidade nos pontos de venda: a história se repete”) e portanto, não existem mecanismos para denunciar violações e aplicar multas. Além disso, a falta de vontade política dos órgãos públicos nacionais para trabalhar na implementação da lei atrasou a implementação e a fiscalização dos ambientes 100% livres de fumaça de tabaco a nível provincial e municipal.

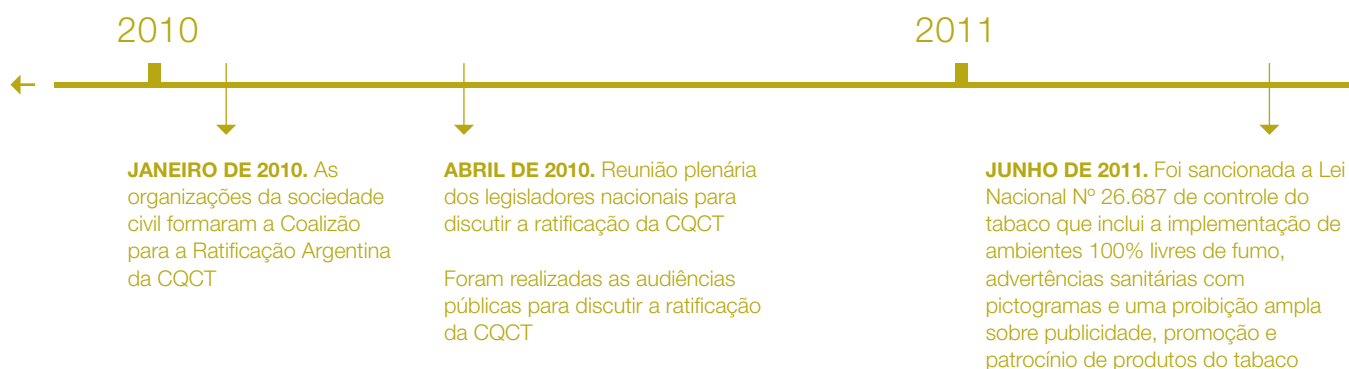


Publicidade em discoteca na cidade de Buenos Aires, Dezembro de 2011 (post Lei Nº 26.687)



Área para fumadores na sala de jogo do Hipódromo de Palermo, Cidade de Buenos Aires, janeiro de 2012 (post Lei Nº 26.687)

O caso da Argentina confirma que a sanção da legislação de controle do tabaco é um ponto de partida para proteger a saúde da população, mas quando este objetivo é alcançado, o desafio é conseguir sua efetiva implementação. Neste sentido, as organizações da sociedade civil defensoras das políticas de controle do tabaco continuam trabalhando para dar visibilidade à necessidade de regulamentação e implementação da lei e para influenciar neste difícil processo. O caso relatado ensina também que a indústria do tabaco, ao contrário do que acontece em outros países, encontrou uma maneira de obstaculizar as políticas de controle do tabaco sem necessidade de expor-se abertamente. Na Argentina, excepcionalmente, a indústria não tem se mostrado publicamente como o ator que se opõe às medidas; na maioria dos casos, opõe-se através de grupos aliados ou grupos de fachada, como os grandes produtores de tabaco, os formuladores de políticas das províncias produtoras de tabaco, as associações hoteleiras e gastronômicas e os representantes de cassinos e salas de jogo, entre outros.





2012

**DEZEMBRO DE 2011.** Finalizou o prazo para a regulamentação da lei

**JUNHO DE 2012.** A FIC Argentina e a ALIAR FIC apresentaram um pedido de acesso à informação sobre o projeto de regulamentação e tiveram acesso ao processo

**AGOSTO DE 2012.** As organizações denunciaram o atraso na regulamentação e as ações de interferência para obstaculizar sua aprovação

## Publicidade nos pontos de venda: a história se repete

Revista Fortuna, 29 de setembro de 2012



"How to sell without advertising"

*diversão noturna. (...) Para otimizar a distribuição, necessitamos agregar valor através do contato com o cliente. Ao não vender diretamente aos consumidores, nossos clientes são os quiosques, então sabemos que a relação com eles é fundamental."*<sup>45</sup>

Estas são as mesmas linhas estratégicas que já foram aplicadas em outros países para explorar as exceções e evitar as restrições (veja os casos do Brasil e da Colômbia nesta publicação).

Enquanto a lei nacional de controle do tabaco continua sem regulamentação, a indústria do tabaco não perde tempo e redireciona seu investimento em publicidade, promoção e patrocínio, de acordo com novas estratégias que visam continuar captando clientes. Neste sentido, em um artigo publicado por uma reconhecida revista, um alto executivo da BAT-Nobleza Piccardo, disse que agora que a publicidade está proibida nos canais tradicionais "temos três canais principais. Um deles está no ponto de venda, onde o distribuidor tem um papel fundamental; o outro é através da Internet, onde estabelecemos uma comunicação direta e unipessoal; e o terceiro está nos lugares de

## Para analisar o caso

- ▶ Quais são as estratégias implementadas pela indústria do tabaco que considera mais relevantes neste caso?
- ▶ Considera inovadora alguma das ações realizadas pela indústria do tabaco?
- ▶ Há pontos de coincidência com as ações realizadas pela indústria do tabaco no seu país?
- ▶ Que avanços foram registrados no seu país em matéria de legislação de ambientes 100% livres de fumaça do tabaco?
- ▶ No seu país a indústria costuma atuar abertamente ou através de grupos de fachada?
- ▶ Quais foram os maiores acertos da sociedade civil argentina para defender as políticas?
- ▶ Que outras ações poderiam ter sido implementadas?
- ▶ Quais são as suas reflexões sobre o caso?

## 4.4

## BRASIL

### A indústria do tabaco mostra sua estratégia

Número de habitantes: 190.732.694<sup>46</sup>

---

Prevalência do consumo de tabaco: 17,2%<sup>47</sup>

---

Consumo anual per capita de cigarros: 504 unidades<sup>48</sup>

---

Ano de ratificação da CQCT: 2005

---

Principais medidas de controle do tabaco implementadas até setembro de 2012:

- A Lei Federal Nº 12.546 de 2011 (artigo 49) dispõe:
- Proibição de publicidade de produtos do tabaco nos pontos de venda. Permite apenas a exposição dos maços de cigarros (até 2010 o Brasil contava com a Lei Federal Nº 10.167 que proibia a publicidade, mas excetuava os pontos de venda).
- Ambientes 100% livres de fumaça do tabaco em todo os espaços fechados de acesso público nos locais de trabalho.
- Advertências sanitárias com pictogramas em 100% de um dos lados do maço. A partir de 2016 serão adicionados 30% no outro lado.
- Aumento dos impostos sobre os cigarros e fixação de um preço mínimo de venda do produto. Com estas medidas, o preço dos cigarros aumentará 20% em 2012, atingindo 55% em 2015.
- Proibição do uso de aditivos (de aroma e sabor) nos cigarros (RDC 14), exceto o açúcar usado restaurar o que a planta perdeu durante a preparação do tabaco.

Principais empresas de tabaco:

- BAT- Souza Cruz: 60% do mercado<sup>49</sup>.
- PMI: 11% do mercado<sup>50</sup>.

Em 2000, a Lei Federal Nº 10.167 do Brasil proibiu a publicidade de produtos do tabaco, exceto dentro dos pontos de venda. A partir desta lei, as empresas de tabaco que operam no país começaram a desenvolver novas estratégias para evitar a lei e explorar ao máximo as exceções. Deste modo, entre 2000 e 2010 houve uma diversificação notável e um aumento do número de pontos de venda, de forma que aos locais tradicionais para comprar cigarros, como quiosques

e postos de gasolina, foram adicionadas padarias, supermercados, bancas de jornal, eventos, discotecas e até barracas de venda ambulante. De fato, uma das táticas mais utilizadas pela indústria do tabaco foi a de transformar eventos tais como shows, festas e desfiles em “pontos de venda transitórios”, decorando estes espaços com publicidade maciça.

---

<sup>46</sup> IBGE, Censo Demográfico 2010.

<sup>47</sup> Instituto Nacional do Câncer. Ministério da Saúde. OPS. Pesquisa Especial de Tabagismo PETab: relatório Brasil. Rio de Janeiro, RJ; 2011.

<sup>48</sup> M. Eriksen, J. Mackay, H. Ross, **The Tobacco Atlas**; fourth edition, American Cancer Society Inc, 2012. [www.TobaccoAtlas.org](http://www.TobaccoAtlas.org).

<sup>49</sup> Fonte: Souza Cruz-BAT [http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU\\_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V4L37?opendocument&SKN=1](http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V4L37?opendocument&SKN=1) (acesso em outubro de 2012).

<sup>50</sup> Secretaria da Receita Federal, 2012.



Ao mesmo tempo, as empresas de tabaco desenvolveram novas estratégias para aumentar seu mercado dirigindo uma grande quantidade de recursos às promoções e projetos de publicidade para pontos de venda que, como foi observado, se multiplicaram enormemente durante esse período. Assim, nos pontos de venda apareceram telas e letreiros luminosos e os maços de cigarros foram estrategicamente colocados em vitrines e expositores localizados ao lado de produtos destinados a crianças, tais como doces, chocolates e brinquedos.

Além disso, as empresas de tabaco lançaram promoções de venda destinadas aos jovens, com as quais era possível comprar maços de cigarros junto com mochilas, bonés, fones de ouvido, reproduzidores de MP3 e todos os tipos de merchandising. Também começaram a usar os maços de cigarros como veículo de publicidade, por exemplo, através da inclusão de cartões convidando os consumidores a se cadastrarem para receber informações ou estratégias de design de embalagens mais atraentes para ocultar as advertências sanitárias.



Durante este período, as organizações da sociedade civil comprometidas com o controle do tabaco, como a Aliança de Controle do Tabagismo (ACT), realizaram inúmeras atividades para denunciar as estratégias da indústria do tabaco e desnaturalizar suas práticas. Estas campanhas foram destaque nos meios de comunicação, como as denúncias públicas sobre os abusos cometidos pela indústria do tabaco para evitar a lei e as ações para promover a adoção de medidas efetivas para combater a epidemia do tabagismo através de um trabalho de colaboração com decisores políticos e agências governamentais.

## A indústria do tabaco perante as consultas da ANVISA

No final de 2010, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)<sup>51</sup> submeteu duas propostas para implementar medidas de controle do tabaco a consulta pública. Primeiro, em novembro de 2010, foi lançada a consulta pública 112 da ANVISA, que teve como

<sup>51</sup> A ANVISA é um órgão público autônomo responsável pelo controle dos produtos sujeitos à vigilância sanitária, tais como medicamentos e alimentos, que possui a autoridade para estabelecer normas para a produção, comercialização e distribuição destes produtos no quadro da legislação em vigor. Em inúmeras ocasiões, a ANVISA realiza consultas públicas sobre determinadas políticas para que as partes interessadas possam expressar-se e dar sugestões. Embora as consultas não sejam vinculativas, esta prática permite que as medidas adotadas pela ANVISA tenham um alto grau de legitimidade. Para obter mais informação: <http://www.anvisa.gov.br/esp/index.htm> (acesso em outubro de 2012).

objetivo avaliar a aceitabilidade de uma política para proibir o uso de aditivos nos cigarros (de aroma e sabor), como uma medida eficaz para prevenir seu consumo entre os jovens. Esta política foi proposta em conformidade com as diretrizes dos artigos 9 e 10<sup>52</sup> da CQCT, discutidos durante a Quarta Conferência das Partes da CQCT, realizada no mesmo ano no Uruguai. Por outro lado, também foi realizada a consulta pública 117, que submeteu a revisão a proposta para limitar a exposição dos produtos do tabaco nos estabelecimentos comerciais, estabelecer uma proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco e ampliar o tamanho das advertências sanitárias.

As consultas públicas da ANVISA geraram múltiplas reações. As organizações da sociedade civil e outros líderes em matéria de saúde enviaram manifestações apoiando as medidas, inclusive a ACT, que realizou sugestões técnicas para a normativa e encorajou a população a que se manifestasse a favor da proposta. No entanto, a indústria do tabaco iniciou uma agressiva campanha nos meios de comunicação contra as propostas de controle do tabaco. Ao mesmo tempo, mobilizaram diversas partes interessadas para que se manifestassem contra a medida, instalando a ideia de que as propostas da ANVISA gerariam um impacto negativo sobre a economia brasileira, envolvendo grandes perdas econômicas para os agricultores e estimulando o contrabando. Além disso, também usaram o argumento, repetido em vários países do mundo, de que a proibição da publicidade é um limite à liberdade de expressão.

Dada a magnitude que haviam adquirido as consultas da ANVISA, foi decidida a realização de uma audiência pública para discutir o assunto quando finalizou o prazo de apresentação de opiniões. Foi assim como no final de 2011, para discutir a proibição de aditivos nos cigarros, a ANVISA programou a realização de uma audiência pública. Apresentaram-se centenas de agricultores que defendiam os interesses da indústria do tabaco. Este setor exigia descartar as



Anúncio contra as propostas da ANVISA.

O Estado de S. Paulo, 31 de março de 2011



Anúncio contra as propostas da ANVISA.

medidas por considerar que ameaçavam suas fontes de trabalho. No entanto, apesar de que os defensores das políticas de saúde eram uma pequena minoria, desarticularam esses argumentos demonstrando que 85% do tabaco brasileiro é exportado, motivo pelo qual as políticas nacionais de saúde não têm impacto na produção<sup>53</sup>. Com esta informação, as organizações foram capazes de sensibilizar alguns agricultores sobre a necessidade de implementação de políticas de saúde para combater o tabagismo.



Audiência pública para discutir as propostas da ANVISA em Brasília, Dezembro de 2011

52 Diretrizes parciais para implementação dos artigos 9 e 10 da Convenção-Quadro da OMS para o Controle do Tabaco. Disponível em: [http://www.who.int/fctc/guidelines/guidelines\\_art9\\_10\\_dec10\\_es.pdf](http://www.who.int/fctc/guidelines/guidelines_art9_10_dec10_es.pdf) (acesso em outubro de 2012).

53 Informação fornecida pela ACTbr (2011) obtida através da Pesquisa Agrícola Municipal (PAM) e do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (LSPA). (Disponível em: [www.aliceweb.desenvolvimento.gov.br](http://www.aliceweb.desenvolvimento.gov.br)) e de dados da Secretaria da Receita Federal: Produção de tabaco no Brasil (disponível em: [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)).

▶ A ANVISA programou uma audiência pública no Rio de Janeiro para discutir as propostas de regulamentação. A indústria do tabaco estava descontente com esta decisão, porque a maioria dos agricultores estão no sul do país, e na cidade do Rio de Janeiro estão o INCA (Instituto Nacional do Câncer), a ACT e outras associações e organizações comprometidas com o controle do tabaco. Em virtude dessa situação, a indústria do tabaco, através do sindicato SINDITABACO, conseguiu que um juiz ordenasse o cancelamento da audiência, alegando que o espaço disponível para sua realização era pequeno demais para acomodar todos os que desejavam participar. Isto levou a ANVISA a reprogramar a audiência. No entanto, não foi no sul –como pretendia a indústria– mas em uma enorme quadra localizada em Brasília, no norte do país. A indústria do tabaco levou centenas de agricultores para que participassem e exercessem pressão. No entanto, os líderes do controle do tabaco foram ouvidos e defenderam firmemente a necessidade de adotar as medidas.

▶ Para desacreditar a política de proibição de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco, a indústria do tabaco realizou uma intensa campanha baseada no argumento de que tal política implicaria uma forma de censura e um ataque à liberdade de expressão.

Este argumento tem sido utilizado em todos os países que tentaram introduzir uma política como a descrita acima, mas é um argumento inexato porque a publicidade de bens e serviços não entra no campo da proteção da liberdade de expressão, mas da liberdade comercial. Isto ocorre porque a publicidade é apenas um discurso destinado a promover o consumo de um bem, mobilizado pelo ânimo de lucro. Da mesma forma, deve-se notar que existem vários precedentes para proibir ou restringir a publicidade de produtos perigosos ou potencialmente perigosos, mesmo quando esses produtos são comercializados legalmente, como as armas de fogo, os fogos de artifício ou os medicamentos.



O Globo, 23 de março de 2011

Seminário promovido pela indústria do tabaco para analisar "como o excesso de regulamentação pode afetar a liberdade de expressão, a vida dos cidadãos e a economia."

## Uma grande conquista para os defensores do direito à saúde

No mesmo período em que as propostas da ANVISA foram discutidas, a presidente do Brasil, Dilma Rousseff, ditou a Medida Provisória 540/2011 (MP540) para estimular a economia, que incluiu, entre outras coisas, o aumento dos impostos sobre os cigarros. A MP540 requeria sua posterior aprovação pelo Congresso Nacional. A indústria do tabaco encontrou ali uma oportunidade para influenciar na discussão da lei e pressionar para incluir medidas menos eficazes do que as impulsionadas pela ANVISA sobre a publicidade do tabaco e os aditivos. Foi assim como a indústria do tabaco implementou uma estratégia de lobby para promover uma medida que não prejudicasse os seus interesses. Esta proposta incluía, entre outras coisas, a proibição de alguns aromatizantes com a exceção do mentol e do açúcar; a proibição da publicidade de marca, mas permitir expressamente a publicidade institucional, estabelecer exceções para os ambientes livres de fumo e aumentar o tamanho das advertências sanitárias numa proporção menor que a proposta pela ANVISA. A indústria conseguiu acrescentar estas alterações ao projeto original por intermédio de um deputado aliado.



G1, 15 de dezembro de 2011

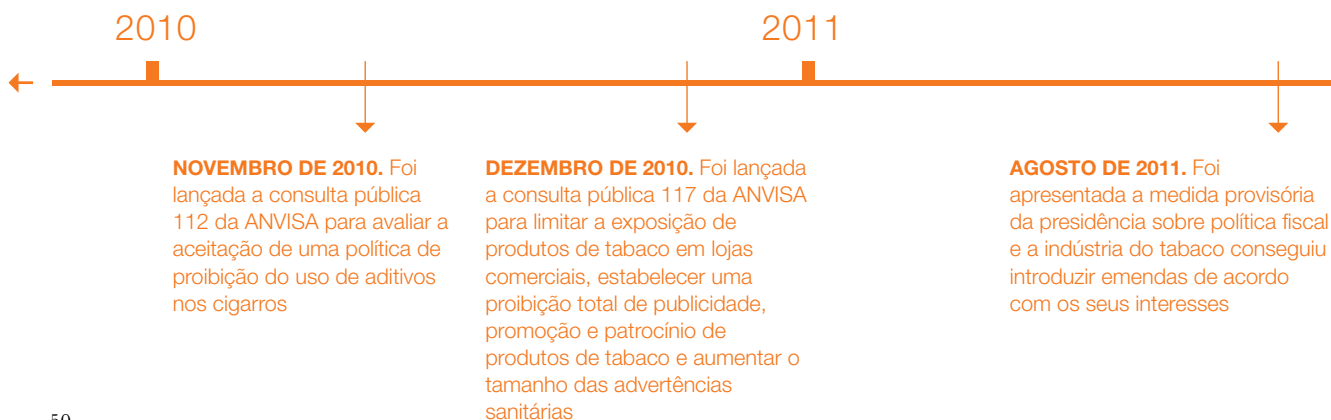
Veja, 29 de setembro de 2011



O Estado de S. Paulo, 23 de setembro de 2011

Esta discussão não se tornou pública até que a organização ACT obteve informalmente informação sobre a existência destas emendas durante uma reunião com o Ministro da Saúde e solicitou acesso ao projeto para revisá-lo. Assim, verificou-se que era uma medida que contradizia as recomendações da CQCT e que significava um retrocesso para a luta contra o tabagismo no Brasil. Este fato levou à mobilização das organizações de controle do tabaco e das associações médicas que realizaram campanhas na imprensa para expor o caso publicamente e promover uma lei efetiva. Finalmente, o Congresso aprovou a Lei Nº 12.546/11, que, entre outras medidas, aumentou os impostos sobre os cigarros, implementou os ambientes 100% livres de fumo em todo o país e proibiu a publicidade nos pontos de venda.

Este longo processo terminou em 14 de dezembro, quando a presidente Dilma Rousseff promulgou a lei e, graças ao trabalho da sociedade civil para contrapor as ações da indústria do tabaco, vetou um artigo que permitia a publicidade corporativa. Mais tarde, em março de 2012, também foi aprovada a proposta da ANVISA de proibir os aditivos de sabor e aroma nos cigarros, mas com exceção do açúcar.





## A indústria do tabaco ataca as organizações da sociedade civil

Embora a indústria do tabaco utilize o litígio como uma estratégia para deter as políticas de controle do tabaco, poucos são os casos em que as ações legais estão destinadas às organizações da sociedade civil. No entanto, a relevância que teve a discussão das medidas de controle do tabaco no Brasil levou a principal empresa de tabaco do país a implementar esta estratégia para defender seus interesses.

Em setembro de 2012, a Souza Cruz, subsidiária da BAT no Brasil, entrou com um processo contra a organização ACT para a remoção do anúncio de TV da campanha "Limite tabaco". A organização brasileira lançou a campanha a fim de aumentar a conscientização sobre a necessidade de restringir a publicidade do tabaco nos pontos de venda e evitar que os cigarros fossem exibidos junto com produtos destinados a crianças e adolescentes. A campanha teve muita visibilidade porque foi transmitida gratuitamente pela TV Globo (principal canal do país) no horário nobre.

A Souza Cruz iniciou uma ação com pedido de liminar para suspender a emissão da campanha. O principal argumento para o pedido da medida foi o de que a campanha afirmava que a empresa utiliza estratégias para promover o consumo de cigarros entre menores de 18 anos, violando a proibição de venda a menores.

A justiça negou o pedido da Souza Cruz fundamentando que a campanha não menciona a empresa nem a acusa de vender seu produto para crianças e adolescentes, e que a campanha visa proteger o direito à saúde reconhecido pela Constituição Nacional. O tribunal de recursos confirmou provisoriamente a rejeição.

Embora até o momento a justiça tenha decidido a favor da ACT em duas oportunidades, a indústria do tabaco pode recorrer novamente da decisão e continuar com as ações judiciais.

2012

**OCTUBRO DE 2011.** as organizações da sociedade civil foram informadas sobre o projeto de lei

**DEZEMBRO DE 2011.** Foi realizada a audiência pública sobre as consultas da ANVISA

**MARÇO DE 2012.** Foi aprovada a proibição do uso de aditivos (de aroma e sabor) nos cigarros (RDC 14)

Foi aprovada a Lei Nº 12.546/11

A Presidente promulgou a lei e vetou o artigo que permitia a publicidade corporativa

O Estado de S. Paulo, 27 de fevereiro de 2011



- Campanha para instalar a ideia de que as medidas aumentam o contrabando

"Aumento da ilegalidade. Diminuição das vendas."

- Utilização de formadores de opinião

Folha de S. Paulo, 28 de fevereiro de 2011



- Campanha para instalar a ideia de que a proibição da publicidade restringe a liberdade de expressão

"Quando falta a informação, sobram as dúvidas do consumidor."



- Ações de responsabilidade social empresarial

"A Souza Cruz utilizou uma área equivalente a 100 campos de futebol para criar um parque ambiental."



- Utilização de grupos de fachada

Evento da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) em contra das propostas da ANVISA

**Ações da indústria do tabaco para obstaculizar as medidas propostas pela ANVISA**



- Pesquisas que respondem aos seus interesses

"Estudo dos efeitos socioeconômicos daas propostas da ANVISA."

- Patrocínio institucional de eventos culturais, jurídicos e educacionais, entre outros



- Busca de alianças com as autoridades nacionais

"Guerra ao comércio ilegal. Ministro de desenvolvimento, indústria e comércio exterior na revista de Souza Cruz-BAT."



- Campanhas para promover as políticas de controle do tabaco

Campanha Limite Tabaco da ACT

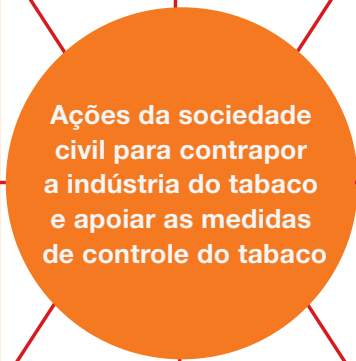
- Propostas técnicas para a implementação de políticas efetivas



Folha de S. Paulo, 18 de fevereiro de 2009

- Campanha de imprensa

"85% dos jovens são contra o fumo em locais fechados."



- Criação de parcerias entre organizações, sociedades científicas e decisores políticos comprometidos com o controle do tabaco

- Eventos destinados aos jovens para promover a reflexão crítica sobre as estratégias da indústria do tabaco

- Denúncias públicas

- Busca de apoio regional e internacional

- Divulgação de pesquisas para demonstrar o nível de acordo e efetividade das políticas



Manifestação em frente ao Congresso para denunciar as estratégias da indústria tabacalera



Folha de S. Paulo, 30 de maio de 2011

Resultados da pesquisa da ACT



## Reflexões sobre o caso

The Brazilian tobacco industry resorted to many strategies to block or dodge tobacco control measures: until 2010, it abused exceptions to advertising bans and made the most of “legal loopholes” to implement new marketing techniques; then, it openly fought against the draft regulations and mobilized front groups to defend its business, and finally took advantage of political circumstances to promote a law in accordance with its interests. This last strategy, the objective of which was to introduce amendments to the provisional policy issued by the President, turned out to be a double-edged sword, since tobacco control advocacy groups

identified it as an opportunity to act and promote the incorporation of effective health protection measures.

To date, the regulations for this federal law, which are to guarantee effective enforcement of the law, are still pending; therefore, the great challenge for tobacco control advocacy groups is to ensure that headway is made in this regard. The tobacco industry reaction to the law is soon to come, and it is likely that the industry will continue developing strategies to protect its business. Regardless, the passage of this law in Brazil represents significant progress for tobacco control, as it stands as a model for the region. The civil society organizations’ commitment and their efforts to monitor and de-normalize tobacco industry actions and interests have been fundamental to accomplish these goals.

### Para analisar o caso

- ▶ Quais são as estratégias implementadas pela indústria do tabaco que considera mais relevantes neste caso?
- ▶ Considera inovadora alguma das ações realizadas pela indústria do tabaco?
- ▶ Há pontos de coincidência com as ações realizadas pela indústria do tabaco no seu país?
- ▶ Que avanços houve no seu país em relação à proibição de aditivos?
- ▶ No seu país a indústria do tabaco demandou o Estado por suas políticas de controle do tabaco? Há ações judiciais contra as organizações que promovem o controle do tabaco?
- ▶ Quais foram os maiores sucessos da sociedade civil brasileira para defender as políticas?
- ▶ Que outras ações poderiam ter sido implementadas?
- ▶ Quais são as suas reflexões sobre o caso?

Apesar das características do produto que comercializa, a indústria do tabaco é uma indústria lícita, com concentração e poder econômico que permitem que implemente inúmeras estratégias que lhe proporcionam uma grande influência nos debates públicos. Como já foi analisado através dos casos apresentados, a maioria das ações de interferência da indústria do tabaco não ultrapassam os limites legais. No entanto, muitas vezes a indústria utiliza outras estratégias questionáveis, como divulgar informação tendenciosa, explorar as exceções ou interpretar a legislação de acordo com sua conveniência para evitar as restrições ou utilizar sua influência nos níveis de decisão política para conseguir normas ou acordos que estejam de acordo com seus interesses.

Os casos apresentados nesta publicação demonstram que a indústria do tabaco tem um objetivo que é comum em todos os países: evitar ou retardar a implementação de qualquer política efetiva de controle do tabaco e, quando isso não é possível, implementar ações para minimizar o impacto no consumo de tabaco. Esta situação é agravada pelo fato de que na maioria dos países da região existe a falta de coordenação entre os tomadores de decisões sobre economia e políticas de saúde, dificultando em grande medida a adoção de políticas abrangentes que sejam verdadeiramente efetivas.

Ante a possível promulgação de uma lei ou a implementação de uma política oposta aos seus interesses, a indústria utiliza uma série de estratégias que, embora à primeira vista pareçam uma resposta específica para o contexto local, estão alinhadas com um planejamento global que é replicado em diferentes lugares do mundo. Isto é demonstrado pelos casos expostos que revelam uma série de estratégias em

comum: a utilização de argumentos que se relacionam com o aumento do contrabando e a suposta defesa da liberdade de expressão, a implementação das mesmas ações para aproveitar ao máximo as exceções sobre a proibição de publicidade, a utilização de grupos de fachada para defender seus interesses, o desenvolvimento de ações de responsabilidade social empresarial para “comprar” boa vontade e lobby nos diferentes níveis de decisão política, para citar apenas as estratégias mais representativas. Além disso, outro ponto de contato é que em todos os países a indústria do tabaco realiza um grande esforço para fortalecer seu relacionamento com os decisores políticos através da criação de espaços de diálogo formais, de ações filantrópicas ou da participação em eventos públicos.

As ações de monitoramento da indústria do tabaco realizadas pelas organizações da sociedade civil têm sido fundamentais para revelar essas estratégias. O trabalho colaborativo a nível regional permitiu explicar o grande número de pontos de contato entre as ações do setor em cada país. No entanto, é importante destacar que nem todas essas estratégias são implementadas abertamente pela indústria do tabaco e que muitas vezes as fontes ou os canais informais de informação têm desempenhado um papel fundamental para detectar e contrapor ações de interferência que de outro modo poderiam passar despercebidas. Embora não haja evidências suficientes para determinar se o acesso a fontes informais de informação sobre as ações da indústria do tabaco tem a mesma relevância em todo o mundo, os casos permitem inferir que este é um ponto fundamental para ser levado em consideração no monitoramento da indústria do tabaco nos países da América Latina. Neste sentido, é necessário destacar a importância da construção de alianças

com os promotores das políticas de controle do tabaco: legisladores, funcionários do governo, outras organizações sociais e meios de comunicação. Essas alianças permitem ter acesso às principais informações sobre as atividades da indústria do tabaco e tomar conhecimento das interferências no processo de criação ou implementação de uma política pública.

A iniciativa regional para monitorar e responder à interferência da indústria do tabaco na América Latina permitiu às organizações da sociedade civil envolvidas fortalecer a sua comunicação e promover o intercâmbio de informação sobre as ações que estão sendo realizadas pela indústria a nível local e regional, facilitou a transferência de conhecimentos sobre o tema e estimulou o trabalho em conjunto para dar respostas na região. Os casos relatados

têm demonstrado que os governos dos países latino-americanos não têm realizado avanços suficientes na adoção de medidas para prevenir a interferência da indústria do tabaco e garantir a transparência das relações com este setor. Neste sentido, as organizações comprometidas com o controle do tabaco devem enfrentar o desafio de aprofundar o monitoramento e a desnaturalização das ações da indústria do tabaco e alertar os governos e o público em geral sobre suas estratégias, mas também devem incentivar a implementação de políticas que impeçam a interferência e trabalhar articuladamente com os governos para garantir a transparência nos processos políticos a fim de proteger o direito à saúde da população.

## Recomendações para as organizações da sociedade civil

- ▶ Promover a implementação do Artigo 5.3 da CQCT nos países signatários do tratado
- ▶ Realizar um monitoramento sistemático das ações da indústria do tabaco
- ▶ Denunciar as ações de interferência da indústria do tabaco e os casos de violação da legislação às autoridades competentes
- ▶ Contrapor as ações da indústria do tabaco através de denúncias nos meios de comunicação
- ▶ Trabalhar em rede utilizando os mecanismos já estabelecidos na região para alertar sobre as ações da indústria do tabaco
- ▶ Criar alianças com os decisores políticos defensores do controle do tabaco e trabalhar articuladamente com eles
- ▶ Fortalecer as alianças a nível regional para compartilhar informações e atuar em conjunto
- ▶ Exigir transparência nas interações entre as diferentes instâncias governamentais e a indústria do tabaco
- ▶ Alertar sobre o conflito de interesses entre os objetivos da saúde pública e os objetivos da indústria do tabaco para evitar que a indústria participe na negociação das políticas de saúde



Alderete, Mariela

A saúde nao é negociavel : a sociedade civil ante as estratégias da indústria do tabaco na América Latina Casos de estudo 2010 - 2012 / Mariela Alderete ; Patricia Gutkowski ; Cinthia Shammah ; edición literaria a cargo de Patricia Gutkowski. - 1a ed. - Buenos Aires : Fundación Interamericana del Corazón Argentina, 2013.

56 p. : il. ; 27x21 cm.

Traducido por: Beatriz Alcántara Lima

ISBN 978-987-28899-1-3

1. Políticas Públicas. 2. Salud. 3. Estudios de Casos. I. Gutkowski, Patricia II. Shammah, Cinthia III. Gutkowski, Patricia, ed. lit. IV. Alcántara Lima, Beatriz, trad. V. Título

CDD 320.6

Fecha de catalogación: 21/12/2012

ISBN 978-987-28899-1-3



9 789872 889913



---

Apoiado por:

