

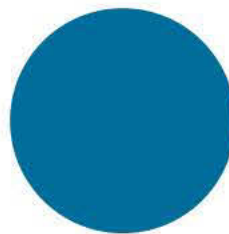
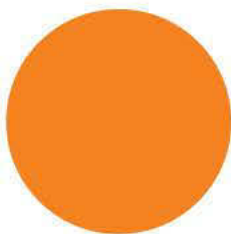
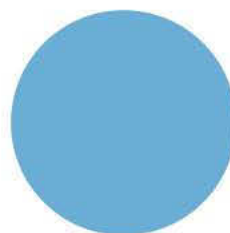
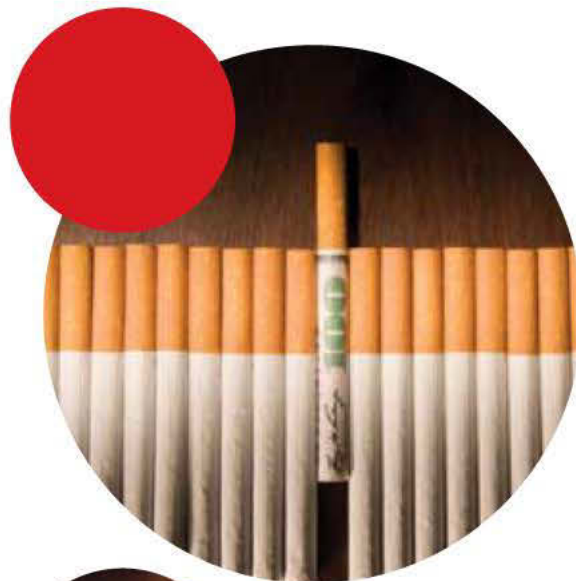


A SAÚDE NÃO É NEGOCIÁVEL

/ 2a edição

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

-
CASOS DE ESTUDO 2014



Alderete, Mariela

A saúde não é negociável : A sociedade civil ante as estratégias da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2014 / Mariela Alderete y Patricia Gutkowski. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Fundación Interamericana del Corazón Argentina, 2014. 88 p. ; 27x21 cm.

Traducido por: Julia Benseñor

ISBN 978-987-28899-4-4

1. Políticas Públicas. 2. Salud Pública. 3. Estudios de Casos. I. Gutkowski, Patricia II. Julia Benseñor, trad. III. Título
CDD 320.6

Data de publicação: 11/6/2014

“A SAÚDE NÃO É NEGOCIÁVEL. 2a edição. A sociedade civil ante as estratégias da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2014” é um material elaborado em conjunto pela Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), Fundación Inter Americana del Corazón México (FIC México), Corporate Accountability International Colômbia (CAI Colômbia), Aliança de Controle do Tabagismo (ACT Brasil), Chile Libre de Tabaco (CHLT) / Educación Popular en Salud (EPES), Comisión Nacional Permanente de Lucha Antitabáquica (COLAT Peru) e Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo (CIET Uruguay).

Editado e publicado pela Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina) com o apoio de The Campaign for Tobacco Free Kids.

A SAÚDE NÃO É NEGOCIÁVEL

2a Edição

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

CASOS DE ESTUDO 2014

**Coordenação da iniciativa regional “A saúde não é negociável”
para monitorar e contrapor a indústria do tabaco**

Mariela Alderete (FIC Argentina)

**Líderes da Iniciativa regional “A saúde não é negociável” para
monitorar e contrapor a indústria do tabaco**

Mariela Alderete (FIC Argentina)

Yul Francisco Dorado (CAI Colômbia)

Eric Antonio Ochoa (FIC México)

Mônica Andreis (ACT Brasil)

Desenvolvimento e coordenação editorial

Patricia Gutkowski (FIC Argentina)

Edição

Patricia Gutkowski e Mariela Alderete (FIC Argentina)

Autores dos relatórios de pesquisa por país

Argentina

Cinthia Shammah

Verónica Schoj

Marita Pizarro

(FIC Argentina)

Brasil

Ana Luiza Curi Hallal

Anna Monteiro

Mônica Andreis

(ACT Brasil)

Chile

Sonia Covarrubias Kindermann

Isabel Díaz Medina

(CHLT/EPES)

Colômbia

Yul Francisco Dorado

Jaime Hernán Arcila Sierra

(CAI Colômbia)

México

Eric Antonio Ochoa

Yahaira Ochoa Ortiz

(FIC México)

Peru

Carlos Farías

Arturo Garro Miroquesada

Juan Pablo Sánchez

Kan Farias Vásquez

(COLAT)

Uruguai

Miguel Asqueta

Laura Roballo

Florencia Maldonado

(CIET)

Design gráfico e diagramação

Julieta Racket

–

A informação apresentada em cada capítulo é responsabilidade exclusiva dos autores do capítulo. As imagens publicadas neste relatório são uma gentileza das organizações participantes.

Agradecimentos

À Beatriz Champagne e à Inter American Heart Foundation (IAHF), pelo apoio técnico e administrativo proporcionado à iniciativa regional.

À Patricia Sosa e à equipe de The Campaign for Tobacco Free Kids (CTFK), pelo seu apoio e assessoria.

À Verónica Schoj, Diretora executiva da FIC Argentina, pelo seu apoio, aconselhamento contínuo e suas contribuições para o melhoramento da iniciativa regional.

Queremos expressar nosso afetuoso agradecimento aos referidos e às organizações da região da América Latina e do Caribe comprometidos com a iniciativa regional “A saúde não é negociável”: Gustavo Sonora, da União Internacional Contra a Tuberculose e Doenças Respiratórias; Teresita Arrieta, da Rede Nacional Antitabaco de Costa Rica (RENATA); Natalia Celauro, de Libres de Tabaco (Paraguai); Odessa Henríquez, da Alianza Hondureña Antitabaco; Marielba Cordido, da Fundación Venezolana del Corazón e Dennis Rada, consultor da Inter American Heart Foundation (IAHF) na Bolívia.

CONTEÚDOS

●	Introdução	7
01	Brasil	11
02	Argentina	21
03	México	31
04	Colômbia	41
05	Chile	51
06	Peru	61
07	Uruguai	71
●	Palavras de encerramento	81

INTRODUÇÃO

A mortalidade atribuível ao tabagismo e a carga que isso impõe às famílias e aos sistemas nacionais de saúde são um problema crescente, principalmente nos países em desenvolvimento. Os países da América Latina fizeram progressos significativos em matéria de políticas para o controle do tabaco nos últimos anos. A maioria ratificou a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da Organização Mundial da Saúde (CQCT) e existe um cenário de grande colaboração na região para promover, aplicar e defender as políticas do tratado. Entretanto, ainda existe a necessidade de avançar na adoção de algumas medidas, como o aumento dos impostos sobre o tabaco e a proibição completa de publicidade, promoção e patrocínio dos produtos do tabaco e fortalecer a implementação daquelas já adotadas.

O artigo 5.3 da CQCT compromete os Estados parte do tratado a proteger suas políticas de saúde pública dos interesses comerciais e outros interesses da indústria do tabaco, já que é um dever dos Estados garantir a saúde como um direito humano acima de qualquer interesse particular. Apesar disto, na maioria dos países da região, a indústria do tabaco realiza ações que criam obstáculos à sanção e à implementação da legislação, estabelecendo vínculos com decisores políticos e outros principais atores, explorando ao máximo as exceções e as “lacunas” legais, litigando contra os governos que procuram proteger a saúde e debilitando a transparência das ações públicas.

Embora se apresente como uma indústria lícita socialmente responsável, a indústria do tabaco fabrica e comercializa um produto que provoca altos níveis de dependência e que é a causa

comprovada de inúmeras doenças, muitas delas mortais. Mas, embora a informação sobre os danos provocados pelo tabaco seja abundante e acessível, a população normalmente não conhece as manobras ocultas empregadas pela indústria do tabaco para paralisar o avanço das políticas de saúde que atentam contra seus interesses econômicos nem as estratégias de marketing que utiliza para promover o início do consumo entre os jovens.

Neste contexto, algumas organizações da sociedade civil comprometidas com a defesa e a promoção do direito à saúde começaram a trabalhar em 2010 em um projeto regional para monitorar e contrapor as ações do setor em quatro países da América Latina: Argentina, Brasil, Colômbia e México. Esta iniciativa foi gerida em função da necessidade de unir forças para responder às ações das empresas de tabaco que são replicadas de modo similar na maioria dos países. Ao mesmo tempo, foi a base sobre a qual foram elaboradas e divulgadas as ferramentas para monitorar as ações das corporações do tabaco e as estratégias de resposta para denunciar e deter o seu avanço.

Como produto da primeira etapa do trabalho conjunto, foi apresentada a publicação A saúde não é negociável. A sociedade civil ante as estratégias da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2010 – 2012, cujo objetivo foi abordar os processos complexos que implicam a discussão e a implementação de políticas de controle do tabaco nos quatro países mencionados. Os casos relatados tentaram expor as estratégias concretas utilizadas pelas empresas de tabaco

para deter o avanço das políticas de controle do tabaco e os esforços realizados pelas organizações da sociedade civil da região para contrapor-las e proteger o direito à saúde.

Em função do interesse e do compromisso crescentes de inúmeras organizações, em abril de 2013 foi realizada uma reunião na cidade de Buenos Aires para analisar e compartilhar informação sobre a ação da indústria do tabaco na região. Como resultado deste encontro, representantes de organizações de doze países assinaram uma declaração conjunta na qual se comprometeram a trabalhar em colaboração e solicitaram aos governos que adotem as medidas necessárias para garantir a exclusão da indústria

do tabaco na definição e no tratamento das políticas de saúde e rejeitem qualquer tipo de acordo com estas corporações.

A presente publicação é um novo fruto do trabalho conjunto empreendido em 2010 e da estreita cooperação entre as organizações dos países da região. Seu objetivo é demonstrar a incompatibilidade entre as políticas efetivas de saúde pública e os interesses comerciais da indústria do tabaco, evidenciando as ações realizadas pelas empresas transnacionais para debilitar as medidas de controle do tabaco. Neste sentido, o relatório dá continuidade aos processos do Brasil, do México, da Argentina e da Colômbia e incorpora os ricos e interessantes relatos do Uruguai, do Chile e do Peru.



Organizações de doze países da América Latina reunidas em Buenos Aires com o objetivo de pactuar ações para defender as políticas de saúde dos interesses das empresas do tabaco. 23/4/2013

O que é a interferência da indústria do tabaco?

É o conjunto de ações realizadas pela indústria do tabaco a fim de criar obstáculos para a elaboração ou a implementação das políticas de controle do tabaco ou de gerar um posicionamento positivo e pressionar os diferentes atores sociais para que atuem em favor de seus interesses comerciais.





ASSIM COMO A
FUMAÇA,
A INDÚSTRIA DO
CIGARRO
NÃO RESPEITA
LIMITES

01

BRASIL

População

190.732.694¹

Prevalência do consumo de tabaco

12,1% da população adulta²

Ano de ratificação da CQCT

2005

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

Lei Federal Nº 12.546 de 2011 (artigo 49):

- ▶ Proibição de publicidade de produtos do tabaco nos pontos de venda. A proibição de anunciar nos grandes meios de comunicação, como TV, jornais, revistas, rádios e outdoors já estava em vigor desde 2000.
- ▶ Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todo os espaços fechados de acesso público e 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 estabelecimento de um preço mínimo de venda do produto. Deste modo, o preço dos cigarros aumentou 20% em 2012 e atingirá 55% em 2015.

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado

- Souza Cruz, subsidiária da British American Tobacco: 77.2% do mercado³
- Philip Morris International: 16% do mercado⁴

Em 2010, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)⁵ submeteu à consulta pública duas propostas de implementação de novas medidas de controle do tabaco:

- ▶ Consulta Pública 112, que propunha a proibição dos aditivos como mentol, cravo, frutas e outros aromatizantes e saborizantes nos cigarros.
- ▶ Consulta Pública 117, que tentava proibir a publicidade, a promoção e o patrocínio de produtos do tabaco, incluindo a exibição dos maços nos estabelecimentos comerciais, e aumentar o tamanho das advertências sanitárias.

Os saborizantes e aromatizantes como mentol, cravo, chocolate e frutas são amplamente utilizados nos cigarros e produtos de tabaco em numerosos países para torná-los mais palatáveis e atrativos, especialmente para os jovens.



A proibição completa de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco e a proibição do uso de aditivos como saborizantes e aromatizantes nos cigarros são políticas efetivas para reduzir o consumo de tabaco. Estas medidas foram acordadas pela comunidade internacional na Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco e suas diretrizes.

A proposta de proibição de publicidade foi incorporada parcialmente na Lei federal No 12.546, aprovada em dezembro de 2011, que também inclui, entre outras medidas, a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público e o aumento de impostos. Por outro lado, a proibição dos aditivos, contemplada na Consulta Pública 112, não foi incluída na lei e ficou sob a responsabilidade da ANVISA.

FONTE:
O Estado de São Paulo,
Caderno Vida, 14/03/12

Depois de um longo processo de discussão pública e de uma campanha agressiva da indústria do tabaco e de seus aliados contra a proposta nos meios de comunicação e em diferentes instâncias do governo federal⁶, a ANVISA finalmente publicou, em março de 2012, a resolução 14 (RCD 14/2012), que proíbe o uso dos aditivos nos cigarros⁷, excluindo apenas o açúcar, embora tenha tido como único fim a recomposição do conteúdo originalmente presente na folha de tabaco antes do processo de secagem.



FONTE:
Folha de São Paulo,
14/03/12



FONTE:
Folha de São Paulo,
14/03/12

Por que deve ser proibido o uso de aditivos nos cigarros?

Os aditivos aumentam a atratividade e o paladar dos produtos do tabaco, facilitando assim o início do tabagismo. Os cigarros com sabor são os favoritos dos jovens. O objetivo é reduzir a iniciação das crianças e adolescentes em um produto que provoca dependência, considerando que 90% dos fumantes começam antes dos 19 anos.



A indústria do tabaco tenta impedir a proibição dos aditivos

A resolução que proíbe o uso de aditivos tais como mentol e cravo nos cigarros vendidos no Brasil (RDC 14/2012) obteve muita visibilidade, já que este país foi o primeiro em todo o mundo a proibir o uso do mentol nos cigarros. Foi concedido um prazo de 18 meses a partir da publicação da norma para que os fabricantes retirassem todos os cigarros com sabor do mercado nacional. Para os outros produtos derivados do tabaco, o prazo foi de 24 meses.

A reação da indústria do tabaco e de seus aliados foi forte. A indústria do tabaco mobilizou diversas partes interessadas para que se manifestassem contra a medida, disseminando a ideia de que as propostas gerariam um impacto negativo sobre a economia brasileira, envolvendo grandes perdas econômicas para os agricultores e estimulando o contrabando.

No Poder Executivo, a Associação Brasileira da Indústria do Fumo (Abifumo), representante da indústria, apresentou uma solicitação à ANVISA

para a liberação de 180 substâncias utilizadas como aditivos nos produtos do tabaco. Apesar da opinião contrária à flexibilidade da norma expressada pela área técnica do órgão, a Diretoria Colegiada da ANVISA optou por atender parte da apelação apresentada pela indústria do tabaco, embora a decisão não tenha sido unânime. Como consequência, o uso de 121 aditivos foi permitido por mais um ano. Foi mantido o veto ao mentol, ao cravo e a outros ingredientes que proporcionam sabores característicos aos cigarros, assim como o prazo original para a entrada em vigor da norma.



FONTE:
Folha de São Paulo, 31/07/13



Se os produtos do tabaco são mais atraentes, maiores serão o número de consumidores e o impacto negativo na saúde pública. Por este motivo, as diretrizes dos artigos 9 e 10^º da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT) recomendam "proibir ou restringir os ingredientes que podem ser usados para melhorar o sabor dos produtos do tabaco".

Ao mesmo tempo, um legislador aliado à indústria do tabaco apresentou um projeto de lei para suspender a resolução da ANVISA sobre os aditivos, embora até junho de 2014 ainda não tenha sido votado.

Paralelamente, a indústria do tabaco implementou uma estratégia legal para impedir a proibição de aditivos. Através de seus grupos aliados, entrou com pelo menos quatro processos para invalidar a resolução publicada pela ANVISA que proíbe o uso de aditivos. Uma destas demandas foi promovida pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), questionando a constitucionalidade da medida (Ação Direta de Constitucionalidade - ADIN).



FONTE:
Rede Brasil Atual, 22/09/13

Resposta da sociedade civil

Perante esta situação, a sociedade civil utilizou diversas estratégias para defender a resolução que proíbe o uso de aditivos.

Por um lado, a organização Aliança para o Controle do Tabagismo (ACT) foi admitida como Amicus Curiae⁹ no caso que deve ser resolvido pelo Supremo Tribunal Federal para determinar se a resolução da ANVISA é constitucional ou não.

Além disso, a ACT apresentou três pareceres jurídicos em defesa da resolução da ANVISA elaborados por reconhecidos juristas nacionais¹⁰.

Ao mesmo tempo, a sociedade civil desenvolveu diversas ações para contrapor a interferência da indústria, entre as quais podem ser destacadas pesquisas, campanhas nos meios de comunicação e divulgação de informação sobre o tema.

Campanhas da ACT Brasil



Estratégias da sociedade civil para promover as medidas de controle do tabaco

Campanha da ACT Brasil para promover a proibição dos aditivos. "Colocamos este cigarro aqui para chamar a sua atenção. A indústria do tabaco faz o mesmo com crianças e jovens. Embalagens coloridas, sabores, aromas e exposição próxima a doces. Parece coisa de criança, mas é estratégia da indústria do tabaco. Eles estão de olho nas crianças e nos jovens. Fique de olho neles."

Campanha nos meios de comunicação e nas redes sociais para mostrar o risco dos cigarros com sabores e as estratégias utilizadas pela indústria do tabaco para atrair novos consumidores.

Advocacy com legisladores e tomadores de decisões.

Pesquisas de opinião.

Divulgação de informação sobre a política de proibição dos aditivos através de comunicados de imprensa, notas e artigos de opinião.

Campanha da ACT Brasil para promover a proibição dos aditivos.



Proibição de aditivos, ainda em suspenso

A proibição do uso dos aditivos, uma medida de prevenção do tabagismo e promoção da saúde pública, até junho de 2014 ainda não havia sido implementada no Brasil.

Além de toda a discussão realizada pelo menos durante os últimos três anos e da resolução normativa publicada pela ANVISA em 2012, a indústria do tabaco conseguiu impedir a aplicação da resolução através de uma liminar concedida pelo Superior Tribunal Federal poucos dias antes da data de entrada em vigor da norma, em

setembro de 2013. Neste sentido, a interferência da indústria do tabaco, realizada de diferentes modos, incluindo processos judiciais, impediu até o momento a adoção desta política de controle do tabaco.

A decisão final, que deve determinar se a medida pode ser implementada ou não, é aguardada com expectativa por toda a sociedade civil, que espera que prevaleça a proteção da saúde na decisão do Supremo Tribunal Federal do Brasil.

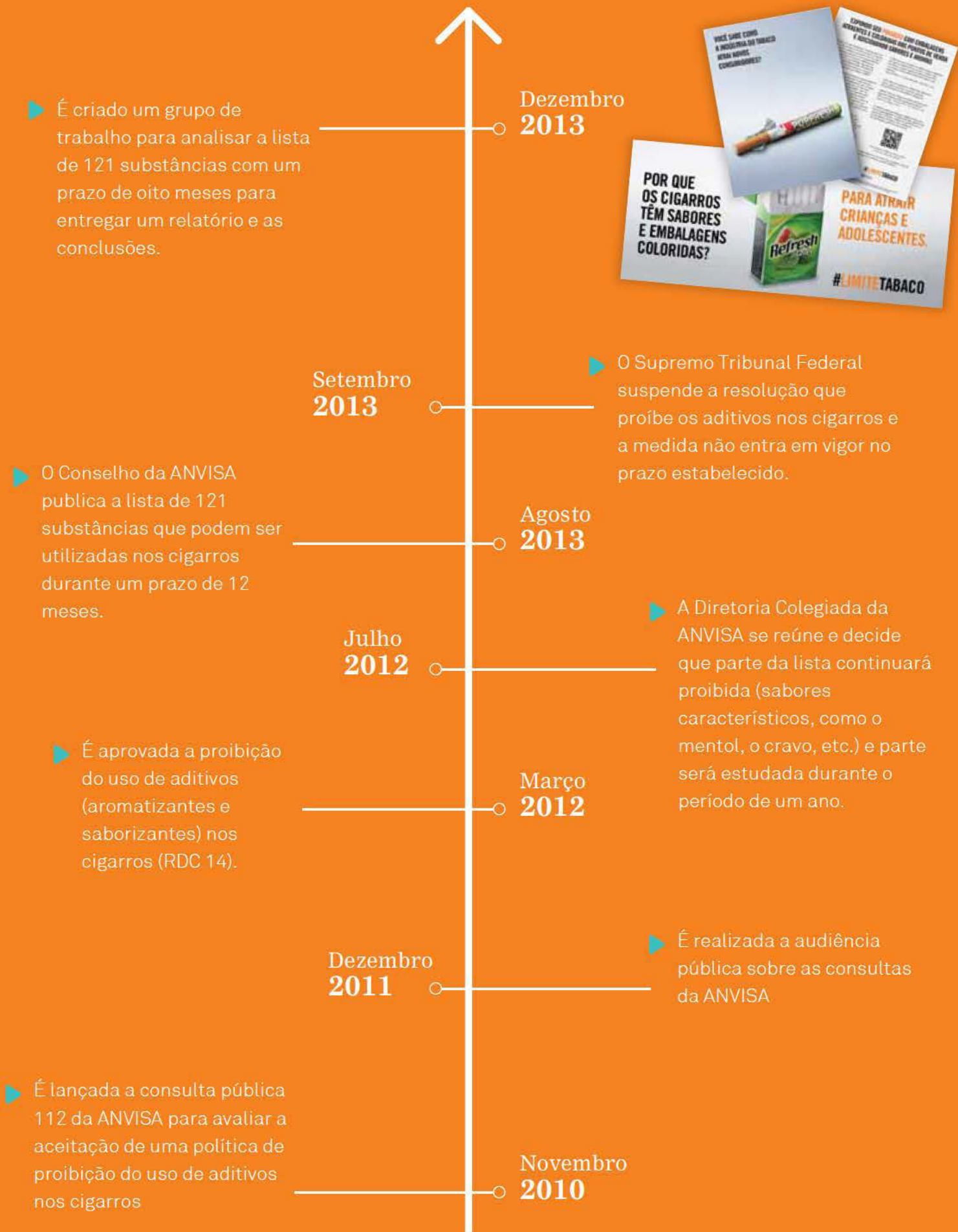


FONTE:
Tribuna Hoje, 08/09/2013

FONTE:
DW, 25/09/13



De acordo com um estudo publicado em 2012¹¹, com dados da pesquisa realizada entre 2005 e 2009 com estudantes de 13 a 15 anos de idade de 13 capitais brasileiras, os adolescentes começam a fumar com os cigarros saborizados. 58,2% dos rapazes e 52,9% das moças que disseram que já provaram cigarros mencionaram que preferiam o cigarro com sabor. Entre os cigarros aromatizados, o preferido é o mentolado. Os jovens afirmaram que o sabor é o que os atrai.



NOTAS

1 - Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010

2 - Fonte: Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância de Doenças e Agravos não Transmissíveis e Promoção de Saúde. Vigitel Brasil 2012: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Brasília: Ministério da Saúde, 2013.

3 - Fonte: Relatório da empresa Empiricus Research para a Souza Cruz, maio 2013: Disponível em: <http://www.empiricus.com.br/wp-content/uploads/2013/05/Souza-Cruz-Adwords.pdf> (Acesso em junho de 2014).

4 - Fonte: http://www.revistavoto.com.br/site/noticias_interna.php?id=4121&t=Philip_Morris_inaugura_fabrica_e_integra_acoes_em_Santa_Cruz_do_Sul (Acesso em junho de 2014).

5 - 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. Para obter mais informação: <http://www.anvisa.gov.br> (Acesso em junho de 2014).

6 - **A saúde não é negociável. A sociedade civil ante a interferência da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2010-2012;** Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colômbia, Fundación Interamericana del Corazón México, Aliança de Controle do Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponível em: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acesso em junho de 2014).

7 - RESOLUÇÃO - RDC Nº 14, DE 15 DE MARÇO DE 2012, publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 16/03/2012, Nº53, pág. 176; Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/d50d8f804d44b146bcecf4031a95fac/Resolucao_RDC_14_Teores_e_Aditivos_16Mar12.pdf?MOD=AJPERES (Acesso em junho de 2014).

8 - Diretrizes parciais para a aplicação 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 (Acesso em junho de 2014)

9 - Um Amicus Curiae ou "amigo do tribunal" é um instituto através do qual terceiros alheios ao processo, geralmente pessoas físicas ou jurídicas especializadas na matéria do litígio, apresentam-se no tribunal com o objetivo de apresentar informação que pode ser relevante para o juiz no momento da definição da sentença.

10 - Ver: http://actbr.org.br/uploads/conteudo/859_Parecevirgilio.pdf - http://actbr.org.br/uploads/conteudo/860_ParecerJoseDelgado.pdf http://actbr.org.br/uploads/conteudo/861_ParecerVedovato.pdf (Acesso em junho de 2014).

11 - USE OF FLAVORED CIGARETTES AMONG BRAZILIAN ADOLESCENTS: A STEP TOWARD NICOTINE ADDICTION? Figueiredo, V; da Costa e Silva, V; et al. Best Poster Award at the 15th World Conference on Tobacco or Health, Singapore, March 20-24th 2012. Disponível em: http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/812_pesquisa_aditivos.pdf (Acesso em junho de 2014).



02

ARGENTINA

População

40.091.359¹

Prevalência do consumo de tabaco

22,1% da população adulta²

Ano de ratificação da CQCT

Foi assinada em 2003, mas não foi ratificada.

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

Lei Nacional Nº 26.687 de 2011:

- ▶ Advertências sanitárias com pictograma.
- ▶ Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todo os espaços fechados de acesso público e nos locais de trabalho.
- ▶ Proibição ampla de publicidade, promoção e patrocínio (excluindo os pontos de venda e a publicidade direta a maiores de 18 anos).

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado

- Massalin Particulares, subsidiária da Philips Morris International: 70% do mercado.
- Nobleza Piccardo, subsidiária da British American Tobacco: 26% do mercado³

A Lei Nacional de Controle do Tabaco N° 26.687, que gerou uma mudança nas políticas públicas de controle de tabaco na Argentina, foi sancionada em junho de 2011. Quase dois anos depois, em maio de 2013, foi regulamentada com um texto adequado para cumprir com os padrões internacionais.

Foi um processo árduo, com obstáculos criados por interesses econômicos que se opõem ao controle do tabaco, que foram ultrapassados pelo compromisso de alguns setores do governo e pelo trabalho de monitoramento e promoção realizado pela sociedade civil.

O principal obstáculo para a aprovação de um regulamento respeitoso ao espírito da lei foi a oposição dos salões de jogo para a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco.

A Loteria Nacional (entidade que regula os jogos) solicitou formalmente que fossem introduzidas exceções à lei, permitindo áreas para fumar dentro das salas de jogo. Embora este pedido não tenha sido apresentado diretamente pela indústria do tabaco, impressiona que o relatório da entidade reguladora dos bingos e cassinos tenha apresentado os mesmos argumentos usados pela indústria do tabaco em seu programa "Convivência em harmonia".⁴ De acordo com esse parecer, os ambientes 100% livres de fumaça de tabaco causariam prejuízos econômicos e limitariam as liberdades individuais; portanto, o que se propunha era a habilitação de setores destinados a fumantes e a utilização de aparelhos de ventilação.

A sociedade civil realizou diversas ações para monitorar o processo de elaboração das normas, promover sua aprovação e fortalecer as políticas públicas. Entre 2012 e 2013, a Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina) realizou nove pedidos de acesso às informações públicas para acessar a documentação do regulamento: três ao Ministério da Saúde, três à Presidência, dois ao Ministério da Economia e um ao Ministério de Educação.

A partir desta ação, verificou-se a existência de um projeto de regulamento aderente às normas de proteção à saúde e conheceu-se o parecer da Loteria Nacional mencionado acima.

Como estratégia para o fortalecimento das políticas públicas, a FIC Argentina ofereceu apoio técnico ao Ministério da Saúde. Também apresentou um parecer para responder aos falsos argumentos da Loteria Nacional, que depois foi incorporado aos documentos da regulamentação. Além disso, para promover sua aprovação e dar visibilidade ao processo, foram desenvolvidas duas campanhas de abaixo-assinados e enviados numerosos comunicados de imprensa que mencionavam a necessidade de regulamentação da lei nacional.



Campanha de abaixo-assinados para solicitar a regulamentação da lei nacional de controle do tabaco.

*"31 DE MAIO: DIA MUNDIAL SEM TABACO
Fumam no seu local de trabalho?
Assine para que seja aplicada a Lei Nacional de Controle do Tabaco e que o seu direito e o de todos de trabalhar em um ambiente saudável seja protegido."*



Felizmente, a posição da Loteria Nacional foi rejeitada⁵ e a lei foi regulamentada em maio de 2013.

As principais medidas contidas no regulamento⁶, ferramenta fundamental para a plena implementação da lei aprovada em 2011, são:

- ▶ A criação da Comissão Nacional de Coordenação para o Controle do Tabaco integrada por vários ministérios, outros órgãos do Estado e organizações da sociedade civil.
- ▶ A adoção de medidas de fiscalização e controle.
- ▶ A criação de mecanismos para realizar denúncias e reclamações.
- ▶ Uma forte limitação para as ações publicitárias que a indústria pode utilizar no ponto de venda

Embora a lei estabeleça uma proibição ampla da publicidade, promoção e patrocínio dos produtos de tabaco, exclui os pontos de venda. No entanto, a regulamentação limita as ações publicitárias de forma significativa, porque permite apenas dois anúncios por empresa (um com a lista de marcas e preços e outro de promoção, de não mais de 30 por 30 cm, estático, bidimensional, sem luz ou telas), prevê que os anúncios não poderão ser vistos do exterior do ponto de venda e indica que deverão incluir as advertências sanitárias com um tamanho não inferior a 20% do anúncio.



Obstáculos da indústria do tabaco para a implementação da lei e de sua regulamentação

Uma vez aprovada a regulamentação, a indústria do tabaco divulgou nos meios de comunicação sua oposição à limitação da publicidade nos pontos de venda. A Massalin Particulares (subsidiária argentina da Philip Morris) disse que a empresa “acredita que a regulamentação pode alcançar o equilíbrio certo entre limitar efetivamente a publicidade dos produtos do tabaco e preservar o direito dos fumantes adultos de estar informados. Também é importante considerar que as políticas regulatórias arbitrarias podem impactar negativamente nas economias das regiões onde o tabaco é produzido, bem como na receita fiscal do Estado”.⁷

O argumento de que a publicidade é um veículo para “informar os fumantes adultos” tem sido utilizado pela indústria em muitos países para dificultar as restrições. No entanto, existe evidência científica que comprova que a publicidade e as atividades promocionais aumentam a iniciação no consumo do tabaco^{8,9,10} e que as empresas de tabaco têm como público-alvo não fumantes e jovens, especialmente nos países em desenvolvimento, onde as regras de publicidade e promoção não são suficientemente fortes e onde o tabaco está mais aceito socialmente.^{11,12}

Como parte de sua estratégia para enfraquecer a implementação das restrições à publicidade, além da difusão de argumentos para debilitar as políticas, a indústria do tabaco solicitou uma prorrogação para adaptar-se às novas regras nos pontos de venda.¹³ Embora o Ministério da Saúde tenha rejeitado o pedido, a indústria continuou realizando ações publicitárias que violam a lei, tais como a utilização de letreiros de neon grandes e visíveis do exterior do ponto de venda (proibido pela regulamentação). A falta de um mecanismo para punir e multar as infrações fez com que, quase um ano após a entrada em vigor do regulamento, a indústria do tabaco continuasse violando a disposição ao realizar uma agressiva estratégia de publicidade nos pontos de venda.



Publicidade de tabaco em pontos de venda da Argentina que violam a regulamentação.

A sociedade civil monitora as empresas de tabaco para fortalecer a implementação da lei

Para avaliar o cumprimento da lei em relação à publicidade, promoção e patrocínio dos produtos do tabaco e identificar as estratégias de marketing da indústria do tabaco, a FIC Argentina, em colaboração com a Alianza Libre de Humo de Tabaco Argentina (ALIAR), desenvolveu um protocolo de observação. Esta investigação avaliou mais de 800 lojas de jurisdições que devem aplicar as restrições à publicidade no ponto de venda estabelecidas nas normas da legislação nacional, tais como a cidade de Buenos Aires, as cidades da Grande Buenos Aires, La Plata, Mendoza e Córdoba.¹⁴ Através deste protocolo de observação, que foi aplicado entre outubro de 2013 e março de 2014, verificou-se que a indústria do tabaco não obedece as regulamentações e que também começou a implementar estratégias semelhantes às utilizadas em outros países, como a utilização de grandes e atraentes exibidores para seus produtos de tabaco.

O protocolo permitiu observar a importância estratégica do ponto de venda para a indústria do tabaco. Os resultados indicaram que as empresas de tabaco não adaptaram sua publicidade para cumprir com o enquadramento regulamentar e continuaram utilizando anúncios que dobravam e até triplicavam o limite estabelecido de 30 x 30 cm. Ao mesmo tempo, esses anúncios excedem a quantidade prevista de dois por cada empresa e normalmente são letreiros de neon visíveis do exterior da loja. Como resultado, em 73% dos pontos de venda visitados foram detectadas violações à regulamentação da lei.

Outro ponto de destaque é que a falta de uma proibição completa levou ao surgimento de novas estratégias que, embora não constituam violações ao atual enquadramento regulamentar,


aproveitam a lacuna legal em matéria de exibição do produto. Neste sentido, como já aconteceu em outros países, foi detectada a utilização de grandes e atraentes exibidores para os produtos do tabaco e embalagens de cigarros como elementos decorativos.

Para refutar as novas estratégias das empresas de tabaco, a informação obtida pela FIC Argentina foi apresentada às autoridades do Ministério da Saúde e foi solicitada a rápida implementação dos mecanismos de controle previstos na regulamentação para monitorar o cumprimento da lei sobre publicidade, promoção e patrocínio dos produtos do tabaco.

O compromisso das autoridades da área de saúde para fortalecer a implementação da lei levou à aprovação, em março de 2014, da Resolução 425/2014, que prevê a fiscalização e a aplicação de sanções para a exibição direta ou indireta de publicidade de tabaco na via pública ou em espaços de uso público, como está proibido por lei.



Atraentes exibidores de produtos de tabaco utilizados pela indústria do tabaco na Argentina.



Uma das medidas adotadas a partir da lei de controle de tabaco foi a criação da Comissão Nacional de Coordenação para o Controle do Tabaco. Esta comissão, cujo principal objetivo é operacionalizar a implementação da Lei Nacional Nº 26.687, está composta por diversos órgãos públicos e representantes da sociedade civil, como a Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), a Unión Antitabáquica Argentina (UATA), a Asociación Argentina de Tabacología (AsAT) e a Alianza Libre de Humo de Tabaco Argentina (ALIAR), entre outros. A formação desta comissão intersectorial é um grande passo para formalizar a participação da sociedade civil na implementação das políticas de controle do tabaco. Neste sentido, a comissão foi um espaço através do qual a FIC Argentina fez a proposta de assinar uma resolução sobre conflito de interesses com a indústria do tabaco e limitar formalmente a relação com o setor, de acordo com o artigo 5.3 da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco.

Novos desafios para o controle do tabaco na Argentina

O processo de implementação da política de controle do tabaco na Argentina avançou substancialmente nos últimos anos. A sociedade civil tem participado ativamente nesse desenvolvimento, exigindo transparência nas ações e controlando o cumprimento da legislação. Neste sentido, a participação das organizações tem sido fundamental para o fortalecimento da implementação da lei e seus regulamentos.

Esta participação resultou em múltiplas ações, tais como denúncias públicas nos meios de

comunicação e redes sociais, os pedidos de acesso à informação pública que visam fortalecer os mecanismos de transparência do governo, o desenvolvimento de pesquisas que fornecem evidências sobre as ações da indústria do tabaco e a articulação permanente e o trabalho conjunto com o Programa Nacional de Controle de Tabaco do Ministério da Saúde.

Embora os progressos registrados tenham sido muitos, surgem novos desafios que exigem uma estratégia abrangente para aprofundar as

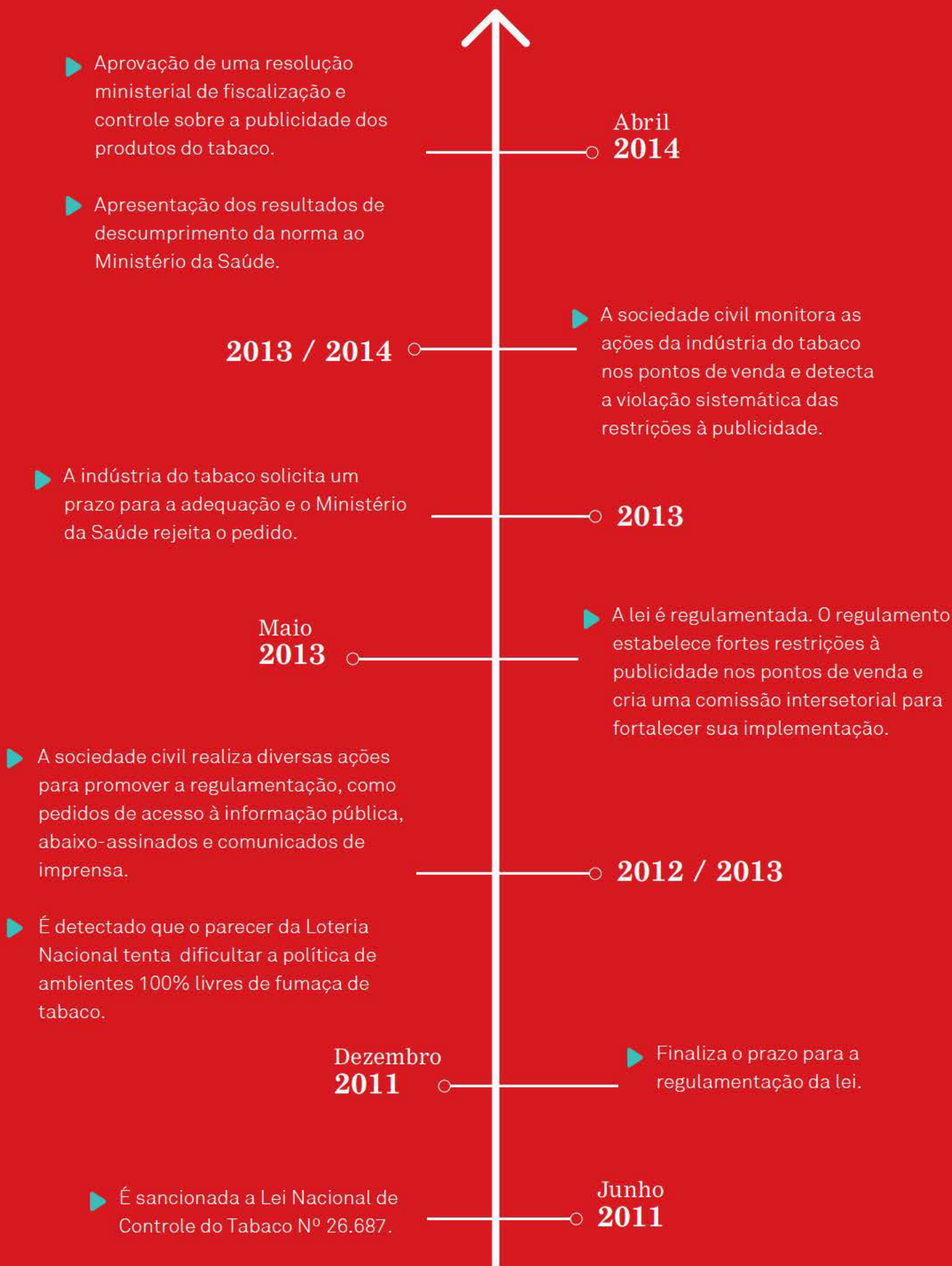
medidas de controle do tabaco. Por um lado, dado os inúmeros casos detectados de violação das normas, é evidente a necessidade de reforçar os mecanismos de controle e de sanções para o cumprimento da lei. Além disso, perante o progresso regulatório e aproveitando as lacunas legais, a indústria começa a lançar novas estratégias de marketing para evitar a perda de mercados, tais como a exibição cada vez mais marcante de seus produtos e a diversificação de pontos de venda em diferentes tipos de lojas como restaurantes e discotecas.

Perante esta situação, o próximo passo para o controle do tabaco na Argentina será gerar condições para promover uma proibição total da publicidade, da promoção e do patrocínio em todo o país, sem exceções, pois é a maneira mais eficaz para limitar as ações de marketing da

indústria do tabaco, conforme recomendado pelas diretrizes da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco. Deve ser destacado que alguns estados já tomaram medidas nesta direção, estabelecendo em suas jurisdições um nível de proibição da publicidade ainda maior que o da lei nacional. Este caminho certamente abre uma oportunidade para demonstrar a eficácia da medida e promover seu cumprimento tanto em nível nacional como estadual.

Paralelamente, é imperativo promover a adoção de outras políticas eficazes de controle do tabaco, tais como o aumento dos impostos, fortalecer as políticas de saúde com a promoção da transparência nas ações do governo e gerar mecanismos formais limitando a relação entre a indústria do tabaco e os decisores políticos e outras agências governamentais.





NOTAS

- 1** - Fonte: Censo Nacional 2010, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). Disponível em: <http://www.censo2010.indec.gob.ar/> (Acesso em junho de 2014).
 - 2** - Fonte: Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos (GATS), Ministerio de Salud de la Nación e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013. Disponível em: http://www.insal.gov.ar/ent/iinages/stories/vigilancia/pdf/GATS_FactSheetARG_FINAL.pdf (Acesso em junho de 2014).
 - 3** - Fonte: Alliance Convenio Marco Boletín 93 (3/7/2009) Disponível em: http://www.ftc.org/publications/bulletins/doc_view/383-bulletin-issue-93-friday (Acesso em junho de 2014).
 - 4** - Ver <http://www.vadat.corn/convivencia/> (Acesso em junho de 2014).
 - 5** - Para obter mais informação, consulte A saúde não é negociável. A sociedade civil ante a interferência da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2010-2012; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colômbia, Fundación Interamericana del Corazón México, Aliança de Controle do Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponível em: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acesso em junho de 2014).
 - 6** - O regulamento é uma ferramenta fundamental para tornar operacional a implementação da lei e também é essencial para circunscrever as exceções consideradas no texto da lei (tanto em termos de publicidade como de ambientes livres de fumaça de tabaco), determinar os organismos de execução e circuitos operacionais de denúncia e de sanções por eventuais violações da lei.
 - 7** - Fonte: Jornal Tiempo Argentino, 30/05/2013. Disponível em: <http://tiempo.infonews.com/2013/05/30/sociedad-102825-el-ejecutivo-reglamento-la-ley-que-restringe-publicidades-de-tabaco.php> (Acesso em junho de 2014).
 - 8** - Lovato C, Linn G, Stead LF, Best A. Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviors. *Cochrane Database Syst Rev.* 2003;(4):CD003439.
 - 9** - Moodie C, MacKintosh AM, Brown A, Hastings G. Tobacco marketing awareness on youth smoking susceptibility and perceived prevalence before and after an advertising ban. *European Journal of Public Health.* 2008 Mar 24 [Epub ahead of print].
 - 10** - López Mi, Herrero P, Comas A et al. Impact of cigarette advertising on smoking behaviour in Spanish adolescents as measured using recognition of bill-board advertising. *Eur J Public Health.* 2004;14:428-432.
 - 11** - Targeting the Poor: Casualties in Cambodia, Indonesia and Laos. Southeast Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA). Março 2008
 - 12** - BAT's African Footprint. Action on Smoking and Health. 2008.
 - 13** - A existência de um pedido de prorrogação solicitada pela indústria do tabaco para atender a regulamentação foi informada ao Ministério da Saúde da Nação durante a primeira reunião do Comissão Nacional de Coordenação para o Controle do Tabaco em 02 de julho de 2013.
 - 14** - De acordo com o sistema federal vigente na Argentina, as províncias devem aderir à lei nacional para aplicá-la em seus territórios ou podem sancionar suas próprias leis de controle do tabaco. Neste contexto, apesar de que grande parte das jurisdições aderiram ou sancionaram legislação de acordo com as normas nacionais, até maio de 2014 quatro províncias haviam adotado uma proibição total da publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco que supera o estabelecido pela legislação nacional.
-



03

MÉXICO

População

112.336.538¹

Consumo de tabaco

23.60%²

Ano de ratificação da CQCT

2004

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco a nível regional:
▶ México D.F. (2008), Tabasco (2008), Morelos (2011), Veracruz (2012), Zacatecas (2012), Estado de México, Nuevo León, Baja California (2013) e Baja California Sur (2014).

Lei Geral para o Controle do Tabaco (2008):
▶ Advertências sanitárias com pictogramas

Lei do Imposto Especial sobre Produção e Serviços, reforma do seu artigo 2º, seção I, inciso C. Entrou em vigor em 1º de janeiro de 2011:
▶ Impostos significativos sobre o tabaco.

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado

- Philip Morris México, subsidiária da Philip Morris International: 73.5%³
- British American Tobacco México: 26.5%

Em outubro de 2010, o parlamento mexicano aprovou um aumento do imposto sobre o tabaco 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, conseguida depois de uma intensa campanha das organizações da sociedade civil e do grande compromisso de alguns legisladores, significou um aumento de 25% no preço final dos maços de cigarro.

Depois do aumento dos impostos sobre os produtos do tabaco em 2010, não houve outro avanço em relação a este tema, o que fez com que a cada ano a política fiscal perca efetividade, pois não existe um ajuste automático do imposto que compense o efeito da inflação.

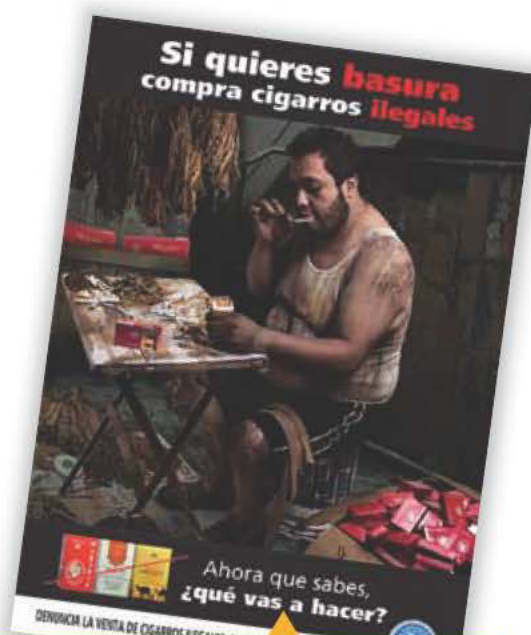
A indústria do tabaco tenta deter o aumento do imposto sobre o tabaco apelando ao argumento do contrabando

Após a implementação dos impostos sobre os cigarros no México, a indústria do tabaco se esforçou para instalar a ideia de que a medida incentivava o aumento do contrabando dos produtos do tabaco. Para isto, utilizou uma estratégia de difusão que incluiu campanhas nos meios de comunicação e na via pública, ações de lobby com decisores políticos e alianças com grupos afins a seus interesses.

Para dar visibilidade a seus argumentos, durante o mês de julho de 2011 diversas organizações de comerciantes com o apoio da BAT e da PMI constituíram a “Aliança contra produtos ilegais” que, a partir daquele momento, encarregou-se de defender os interesses da indústria do tabaco com um discurso simples e enganoso: o aumento de impostos aumentou significativamente o comércio ilegal de cigarros.

Durante o mês de fevereiro de 2013, a Aliança contra Produtos Ilegais lançou uma campanha nos meios de comunicação para denunciar o comércio ilegal de cigarros. Sua mensagem foi difundida em meios de comunicação de massa, com a finalidade de evitar o aumento do imposto sobre os produtos

do tabaco durante 2013. A campanha teve dezenas de outdoors nas principais avenidas da Cidade do México, no transporte público, cartazes em lojas, mensagens nas redes sociais e um site na Internet.



Campanha nos meios de comunicação realizada em fevereiro de 2013 pela Aliança contra Produtos Ilegais

*"Se quiser lixo, compre cigarros ilegais
Agora que você já sabe, o que vai fazer?"*

ESTRATÉGIAS DA INDÚSTRIA DO TABACO PARA IMPEDIR AS POLÍTICAS DE CONTROLE DO TABACO

01

Lobby com funcionários do governo.



"A compra de votos é uma prática comum tanto na Câmara de Deputados como no Senado. Incidem constantemente nesta prática o governo federal, os governos dos estados, alguns governos municipais, alguns coordenadores parlamentares, empresários e algumas empresas de lobby. (...) Como quase a cada ano, os lobistas das indústrias de bebidas e de tabaco são os mais ativos nisto de tentar convencer os legisladores através de benefícios pessoais".

"Compra de votos no congresso". La Crónica. México, 15/10/2013.

02

Utilização de grupos de fachada que defendam seus interesses.

"A Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas, A.C. (ANAM), a Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. (ANTAD) e o Instituto Mexicano de Impulso al Comercio de Abarros y Misceláneas, A.C. (IMICAM), formaram a Alianza contra Productos Ilegales, que tem como missão fortalecer o comércio legal no México e evitar que a venda de produtos ilegais cresça no país. (...) desta Aliança contra Produtos Ilegais também participam empresas como a Philip Morris México e a British American Tobacco."

FONTE: "Alianza contra productos ilegales", empresasydinero.com, 18/07/2011



03

Campanhas que utilizam falsos argumentos para relacionar o aumento de impostos sobre o tabaco com o aumento do contrabando.



FONTE:
El Economista, México, 10/10/13

A sociedade civil responde às estratégias da indústria do tabaco

A campanha da Aliança contra Produtos Ilegais, cujo suposto objetivo era lutar contra o contrabando de produtos do tabaco, obteve grande visibilidade. Entretanto, o slogan utilizado pela campanha (“Se quiser lixo, compre cigarros ilegais”) continha uma mensagem enganosa para promover o consumo de tabaco e gerava a falsa expectativa de que os cigarros lícitos não causam um grave dano à saúde. Isso foi o que entendeu a Fundación Inter Americana del Corazón México, razão pela qual, em março de 2013, apresentou uma denúncia à Comissão Federal para a Proteção de Riscos Sanitários (COFEPRIS) por violações da Lei Geral para o Controle do Tabaco e seu Regulamento por parte da campanha publicitária da Aliança contra Produtos Ilegais. A denúncia baseou-se no fato de que a publicidade de produtos do tabaco está proibida na via pública e a mencionada campanha continha uma mensagem parcialmente encoberta ao destacar a frase “se quiser, compre cigarros”.

A denúncia da sociedade civil à COFEPRIS atingiu o seu objetivo. O órgão atendeu à demanda da FIC México e retirou a campanha da Aliança contra Produtos Ilegais das ruas da Cidade do México por considerar que violava as restrições à publicidade de tabaco estabelecidas pela Lei Federal para o Controle do Tabaco. Entretanto, embora a campanha tenha sido retirada, a indústria do tabaco e seus grupos aliados continuaram fazendo declarações públicas sobre o suposto aumento do comércio ilegal provocado pelo aumento dos impostos sobre os produtos do tabaco, fato que obstaculizou em grande medida a atualização das políticas fiscais.

"Há pelo menos três semanas está sendo realizada uma campanha de publicidade ilícita e enganosa organizada pela indústria do tabaco, com outdoors nas ruas e cartazes nas estações do Metrô. A Fundación Interamericana del Corazón denunciou que estes cartazes incluem mensagens que promovem o consumo de cigarros. Embora o suposto objetivo seja o de combater a venda de tabaco ilegal, a campanha promove a existência de "cigarros lícitos e de qualidade", o que gera a expectativa de que estes cigarros não causam um grave dano à saúde, explicou Erick Antonio Ochoa, integrante da organização civil".

FONTE: "Acusam as empresas de tabaco de fazer campanha enganosa no Metrô".
La Jornada. México, 14/03/2013.



AÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL PARA IMPULSIONAR A ATUALIZAÇÃO DOS IMPOSTOS SOBRE O TABACO



01

Denúncia de ações da indústria do tabaco.

Coletiva de imprensa das organizações da sociedade civil para denunciar as campanhas enganosas da indústria do tabaco.

02

Colaboração com legisladores para apresentar projetos para o aumento dos impostos sobre o tabaco.



Legisladores e representantes da sociedade civil apresentam um projeto numa coletiva de imprensa.



03

Fórum Internacional sobre Políticas Públicas de Controle do Tabaco

"Fórum Internacional sobre Políticas Públicas de Controle do Tabaco", onde legisladores, autoridades, líderes de opinião e pesquisadores da sociedade civil debateram sobre o impacto do consumo de tabaco na saúde e sobre a construção e a implementação de políticas para reduzir e prevenir o uso do tabaco.

04

Campanha para o aumento dos impostos.



Cartaz da campanha

Desafios para o controle do tabaco no México

As organizações da sociedade civil realizaram múltiplas ações para promover um novo aumento dos impostos sobre o tabaco: ofereceram apoio técnico a legisladores e a outras autoridades do governo, apresentaram dados e informação sobre os benefícios da medida para a saúde dos mexicanos e estimularam o debate público em fóruns de discussão e nos meios de comunicação. Ao mesmo tempo, a Fundación Inter Americana del Corazón México, a Alianza Contra el Tabaco, o Consejo Mexicano contra el Tabaquismo, a Alianza Nacional para el Control del Tabaco, a Red México sin Tabaco e Comunicación Diálogo y Conciencia (CÓDICE), com o apoio de The Campaign for Tobacco Free Kids, lançaram a campanha "O imposto sobre o tabaco funciona", que tinha como objetivo exigir aos legisladores e funcionários do Poder Executivo que apoiassem o aumento e a indexação do imposto especial sobre os produtos do tabaco.

Apesar dos amplos esforços de alguns legisladores e das organizações da sociedade civil para melhorar as políticas de controle do tabaco no México, as propostas para aumentar o imposto não foram bem-sucedidas, já que no dia 31 de outubro de 2013 o Senado ratificou a decisão de não aumentar o imposto sobre os produtos

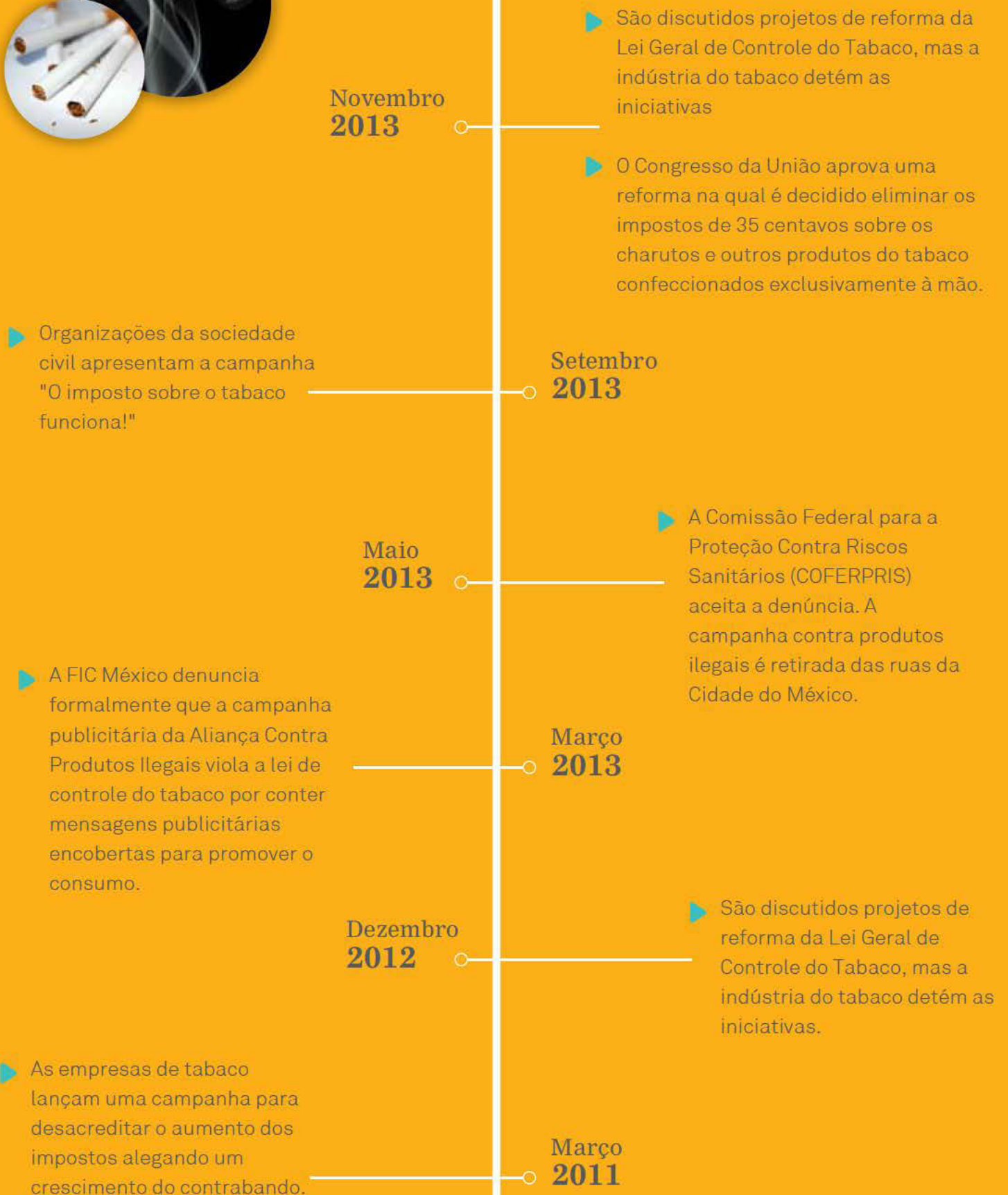
do tabaco e excluir o imposto específico sobre charutos e produtos de tabaco confeccionados exclusivamente à mão. A única medida a favor do controle do tabaco contida na reforma fiscal foi a obrigação de incluir um código de segurança nos maços e embalagens de produtos de tabaco para monitorar sua produção, distribuição e venda final.

Desde a aprovação do aumento dos impostos sobre os produtos do tabaco em 2010, a indústria do tabaco acelerou sua atuação e começou a implementar estratégias de interferência para enfraquecer a medida. A cada ano as barreiras interpostas pelas empresas de tabaco são cada vez mais difíceis de enfrentar. Apesar dos esforços das organizações da sociedade civil para defender o direito à saúde dos mexicanos, a indústria do tabaco tem utilizado estratégias cada vez mais agressivas para atingir seus objetivos. Neste cenário, o desafio será continuar trabalhando para promover e fortalecer as políticas para lutar contra o tabagismo, assim como denunciar as ações das empresas de tabaco para obstaculizá-las.



Campanha das organizações mexicanas para promover o aumento de impostos sobre o tabaco.

"O imposto sobre o tabaco funciona! Protege a saúde de todos. Aumentem os impostos!"



NOTAS

- 1** - Fonte: Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), Censo de Población y Vivienda 2010. Disponível em: <http://www.inegi.org.mx> (Acesso em junho de 2014).
 - 2** - Fonte: Encuesta Nacional de Adicciones 2011, reporte de tabaco. Disponível em: <http://www.conadic.salud.gob.itix> (Acesso em junho de 2014).
 - 3** - Fonte: PMI International, 2012 Anual Report, Março 2013, p. 40 (a informação é considerada confidencial pela Secretaria de Fazenda e Crédito Público). Disponível em: <http://investors.pmi.com/phoenix.zhtml?c=146476&p=irol-reportsannual> (Acesso em junho de 2014).
-



04

COLÔMBIA

População

47.464.523¹

Prevalência do consumo de tabaco

17% da população de 12 a 65 anos²

Ano de ratificação da CQCT

2008

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

Lei N°1335 de 2009:

- ▶ Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco
- ▶ Advertências sanitárias com pictograma em 30% do maço
- ▶ Proibição total de publicidade, promoção e patrocínio
- ▶ Proibição de venda de cigarros por unidade e de maços com menos de 10 unidades

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado

- COLTABACO, subsidiária da Philip Morris International: 48,70%
 - PROTABACO, subsidiária da British American Tobacco: 47,70%³

Em 2009, a Colômbia aprovou a Lei N°1.335 ou lei de controle do tabaco, que incorporou importantes políticas da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da Organização Mundial da Saúde (CQCT). Entre as principais medidas incorporadas pela Colômbia no seu marco legal destacam-se a adoção de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco nos espaços fechados de acesso público, a inclusão de advertências sanitárias com pictogramas nos maços de cigarros, a proibição da venda de cigarros por unidade, a obrigação para fabricantes e importadores de fornecer informação sobre os

conteúdos e a fumaça do cigarro e a criação de programas educativos para evitar o consumo de tabaco e procurar o abandono do tabagismo.

Além destas medidas, a lei colombiana foi pioneira na região ao incluir a proibição total de qualquer forma de publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco, em linha com o artigo 13 da CQCT e suas diretrizes. Esta medida entrou em vigor em julho de 2011 e gerou grandes expectativas porque até esse momento poucos países tinham uma política com estas características.

A nova estratégia da indústria do tabaco para interferir com a proibição da publicidade: os jogos promocionais

Apesar da existência de uma proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco e de que a Corte Constitucional da Colômbia⁴ tenha ratificado esta medida nos termos da CQCT⁵, a indústria do tabaco continuou promovendo seus produtos através

de novas estratégias⁶. Uma destas estratégias foi o desenvolvimento e a difusão de jogos promocionais dirigidos a administradores e proprietários de pontos de venda para estreitar seus vínculos com eles e com seus consumidores com o fim de incrementar suas vendas.





Material publicitário do jogo promocional "Minha loja de filme", empreendido pela Philip Morris International - COLTABACO (PMI) como parte da campanha publicitária de introdução da marca L&M na Colômbia. O folheto indica ao comerciante que tenha o produto visível como condição para vencer em uma visita surpresa.



O que são os jogos promocionais?

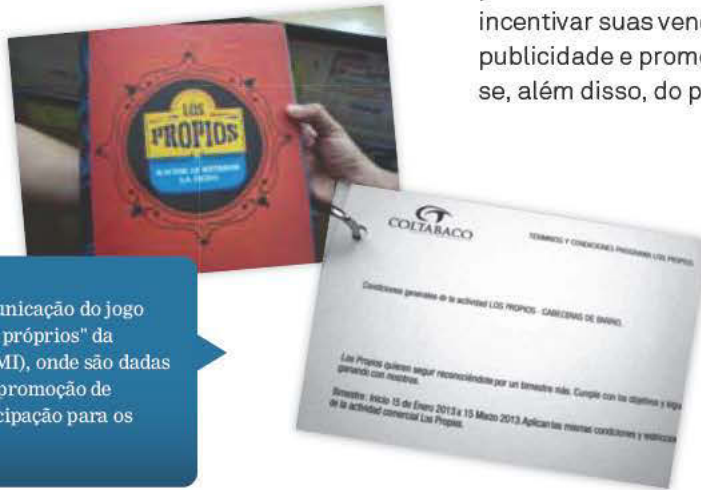
Os jogos promocionais são formas de publicidade e promoção. Através deles, as empresas oferecem prêmios aos lojistas (comerciantes varejistas) com o fim de impulsionar suas vendas. Para ter acesso aos prêmios, os proprietários ou administradores dos pontos de venda devem realizar determinadas ações: que certas marcas estejam visíveis, que superem certo volume de vendas de um produto específico ou que promovam uma marca entre seus clientes, entre outras atividades.

Do mesmo modo que as loterias, rifas e sorteios, os jogos promocionais na Colômbia são controlados pelo Estado e estão regulados por lei. No caso dos jogos promocionais promovidos pela indústria do tabaco, a autorização foi fornecida pelos órgãos do Estado que regulam os jogos (embora sejam contrários à proibição total vigente de publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco); além disso, têm benefícios tributários - não pagam impostos, já que a principal atividade comercial das empresas de tabaco não é a realização de rifas ou sorteios.

Para contextualizar a importância dos jogos promocionais como estratégia de fidelização do comerciante, é necessário referir-se também ao ponto de venda. É muito ampla a evidência sobre a importância do ponto de venda dentro das estratégias de publicidade e marketing dos cigarros.⁷ A gama de estratégias para o

canal varejista reúne elementos fundamentais de promoção que vão desde a exibição do produto, passando por estratégias de ativação ou renovação de marca, descontos ou preços especiais, até a aliança com comerciantes para impulsionar as vendas por meio de recomendações ativas.

Neste sentido, os jogos promocionais realizados pela indústria do tabaco estão enfocados em incentivar suas vendas sob esta modalidade de publicidade e promoção, proibida por lei, eximindo-se, além disso, do pagamento de impostos.



Material de comunicação do jogo promocional "Os próprios" da COLTABACO (PMI), onde são dadas as instruções de promoção de marca e de participação para os comerciantes.

Para realizar estas ações contrárias à lei colombiana de controle do tabaco, a indústria do tabaco recorreu ao recurso de fazer com que órgãos estatais como a COLJUEGOS8 e as Loterías Departamentales autorizem os jogos promocionais de exceção ("de exceção" refere-se ao fato de que não pagam impostos), dentro da competência que lhes é designada pela lei para controlar e autorizar a realização de jogos. Estas entidades reguladoras autorizaram os jogos promocionais da indústria do tabaco, embora estas autorizações para implementar jogos que estimulem a venda de produtos do tabaco (de forma direta ou indireta) sejam contrárias

à política de proibição total de publicidade, promoção e patrocínio. Deste modo, os jogos promocionais se expandiram pelas diferentes cidades da Colômbia e a indústria do tabaco encontrou nesta estratégia uma modalidade em aparência (embora apenas em aparência) legal para continuar publicitando seus produtos.



Ações da sociedade civil para deter as estratégias da indústria do tabaco

Organizações da sociedade civil comprometidas como o controle do tabaco, como Corporate Accountability International Colômbia (CAI), começaram a monitorar as ações promocionais da indústria do tabaco para denunciá-las às autoridades e solicitar que as detenham.

Deste modo, entre 2012 e 2013 foram detectados inúmeros sorteios e/ou concursos promocionais aprovados pelas autoridades na matéria: alguns

realizados pela COLTABACO (PMI), como “O dono da propaganda”, “L&M EVO desafia o comum”, “Minha loja de filme”, “Meu quiosque de filme”, “O super quiosque desafia o comum”, “Festival internacional L&M EVO” (duas vezes aprovado), “Sua marca mundial L&M EVO” e “A jogada L&M EVO”; e outros empreendidos pela PROTABACO (BAT), como “O incógnito”, “Compre, gire e ganhe”, “A semana que premia”, “Copa unidos” e “Viva o Natal”.



Material promocional ligado à exibição de produto da marca Green de COLTABACO (PMI), com comunicação de jogo promocional e instruções de participação para os comerciantes.

“Publicidade de consumo de cigarros abunda em Bogotá”

FONTE:
El Espectador, 04/06/13

Perante esta situação, a sociedade civil desenvolveu inúmeras ações com o objetivo de que fosse reconhecida a ilegalidade dos jogos promocionais e as atividades da indústria do tabaco neste sentido fossem detidas.

Em primeiro lugar, foi elaborada uma comunicação dirigida à COLJUEGOS na qual foi

exposta a ilegalidade dos Jogos Promocionais de Exceção por violação da Lei N° 1.335 de 2009, já que esta lei determina em seu artigo 16: “Proíba-se qualquer forma de promoção de produtos do tabaco e seus derivados”. Além disso, foi solicitada informação atualizada sobre que jogos haviam sido aprovados para a indústria do tabaco e em que condições.

A partir desta solicitação, a COLJUEGOS enviou os documentos ou atos administrativos de aprovação dos Jogos Promocionais de Exceção; deste modo, foi possível ter acesso a uma informação completa sobre as aprovações obtidas pela indústria do tabaco.

Depois, foi disposto o envio de um documento jurídico de apoio aos argumentos apresentados à COLJUEGOS para fortalecer a petição de que a entidade deixe de autorizar os jogos promocionais da indústria do tabaco. Os argumentos apresentados assinalam o seguinte: (a) que os jogos promocionais estão enfocados no incentivo das vendas; e (b) que estas práticas têm como finalidade a publicidade e a promoção das referências de marca, descumprindo o artigo 16 da Lei N° 1.335.

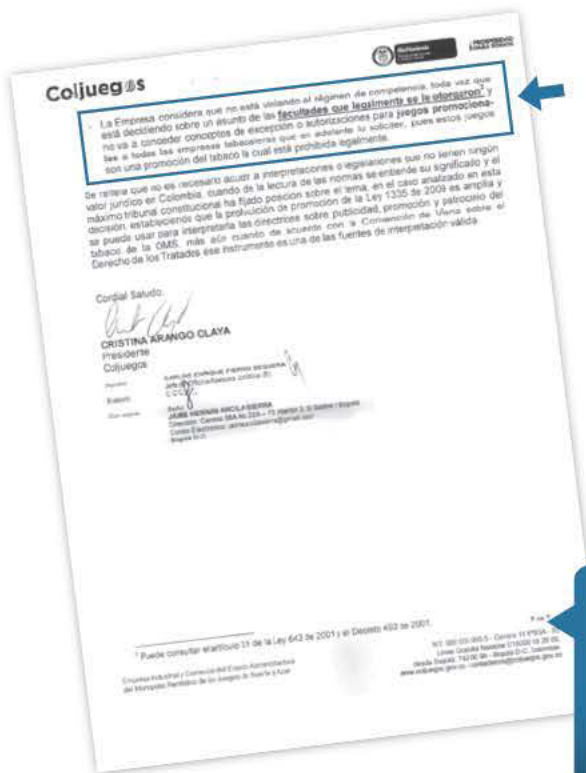
Em 10 de outubro de 2013, a COLJUEGOS respondeu enviando uma comunicação declarando que compreendia os argumentos apresentados e manifestando que “a COLJUEGOS deveria aplicar



Material publicitário do jogo promocional da marca Mustang da BAT. Indica-se ao comerciante que exiba e venda o produto para obter um prêmio. (Imagem tomada no primeiro semestre de 2012)

a proibição estabelecida pela lei 1.335 de 2009 e não autorizar nem excluir as empresas de tabaco quando tenham como propósito incrementar as vendas de tabaco e de seus derivados. Isto também se aplicaria a quando se realiza entre seus comerciantes, já que isto deriva em uma promoção do tabaco e em conseguir que este seja mais vendido através de uma promoção indireta”.

Como resultado da gestão da denúncia da sociedade civil, no dia 12 de fevereiro de 2014 a COLJUEGOS notificou as empresas de tabaco BAT e PMI que “abster-se-á de continuar emitindo conceitos de exceção ou autorizações para a realização de jogos promocionais em seus canais de distribuição (leia-se pontos de venda), os quais têm como objeto o incremento da venda de tabaco, em aplicação expressa na proibição estabelecida pelo artigo 16 da lei 1.335 de 2009”.



Notificação enviada pela COLJUEGOS às empresas de tabaco BAT e PMI para anunciá-lhes que a partir deste momento abster-se-á de autorizar os jogos promocionais, já que são uma forma de promoção do consumo de tabaco, proibida pela Lei N°1.335.

Esta decisão da COLJUEGOS é transcendente para o processo de aplicação da Lei N° 1.335, já que foi obtida uma decisão a favor da política pública de controle do tabaco na Colômbia que, com argumentos técnicos e jurídicos, reconhece que os jogos promocionais são formas de publicidade que direta ou indiretamente estão relacionadas com o incentivo ao consumo do tabaco.

Além das petições apresentadas à COLJUEGOS, a sociedade civil também apresentou solicitações para cessar as autorizações dos jogos promocionais ante outras entidades distritais reguladoras de jogos. Este é o caso da Lotería de Bogotá, empresa industrial e comercial do Distrito Capital de Bogotá (pessoa jurídica com autonomia administrativa e patrimônio próprio), encarregada de autorizar os jogos realizados na capital colombiana.

A solicitação, apoiada na mesma argumentação jurídica apresentada à COLJUEGOS, recebeu uma resposta negativa. A Lotería de Bogotá não admitiu os argumentos do controle do tabaco e assumiu as explicações da indústria do tabaco, insistindo em aspectos tais como que o negócio do tabaco é lícito, que os jogos promocionais estão destinados exclusivamente aos canais de comercialização e que isto não impactaria no consumidor final.

Entretanto, dado o caráter nacional da jurisdição da COLJUEGOS e a partir da decisão tomada recentemente por esta entidade, a sociedade civil continua solicitando a suspensão das aprovações para os jogos promocionais às autoridades locais.

Lições aprendidas

Os jogos promocionais, mediados pela presunção de legalidade outorgada pelas autorizações da COLJUEGOS e da Lotería de Bogotá, constituem uma modalidade de interferência da indústria do tabaco que naturaliza uma prática comercial que viola a lei colombiana. Além disso, neutraliza os esforços para diminuir o consumo e a exposição à fumaça dos produtos do tabaco.

As empresas de tabaco, com muita habilidade, apoiaram-se na presunção de legalidade das autorizações outorgadas aos jogos promocionais. Entretanto, os esforços destinados a deter a estratégia da indústria do tabaco atingiram seu objetivo. Mas o mais destacável do caso é que a decisão da entidade reguladora de jogos reconheceu que a proibição total de publicidade inclui os jogos promocionais nos canais de distribuição ou pontos de venda, a mesma interpretação que já havia sido dada pelo máximo tribunal constitucional alguns anos atrás, quando considerou que a proibição total da publicidade,

da promoção e do patrocínio da lei N°1335 de 2009 é uma cláusula ampla que inclui como forma de publicidade e promoção a exibição do produto, acordos com distribuidores, concursos e jogos promocionais, pagamento por volume de vendas e planos de incentivos, entre outras ações.

É claro que com as restrições parciais de publicidade não se consegue a efetiva redução do consumo de tabaco e a proteção da saúde, já que as exceções são aproveitadas pela indústria do tabaco para reorientar suas despesas de marketing e desenvolver estratégias inovadoras para continuar publicitando seus produtos e ganhar novos consumidores. Por este motivo, o caso da Colômbia demonstra a importância de contar com um marco legal que estabeleça uma proibição completa de publicidade, em linha com o artigo 13 da CQCT e suas diretrizes.

▶ COLJUEGOS notifica a indústria do tabaco (BAT e PMI) que irá se abster de continuar autorizando os jogos promocionais.

Fevereiro
2014

▶ É recebida uma resposta preliminar da COLJUEGOS, onde reconhece que o órgão não deveria autorizar os jogos promocionais; mas também expressa que a entidade deve aplicar um conceito legal de confiança legítima e consultar os argumentos da indústria do tabaco antes de dar uma resposta definitiva ao processo.

Novembro
2013

▶ A sociedade civil interpõe direitos de petição ante a COLJUEGOS e a Lotería de Bogotá, indicando a violação da lei e requerendo a cessação de aprovações aos jogos promocionais da indústria do tabaco.

Agosto
2013

▶ No Dia Mundial sem Tabaco, a sociedade civil denuncia à imprensa a existência de jogos promocionais da indústria do tabaco dirigidos a comerciantes varejistas.

Maio
2013

▶ A sociedade civil começa a monitorar as ações da indústria em matéria de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco.

Julho
2012

▶ Entra em vigor a proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco.

Junho
2011

▶ É aprovada pelo Congresso da República a Lei N° 1.335 de Controle do Tabaco.

Maio
2009

NOTAS

- 1** - Fonte: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. Disponível em: <http://www.dane.gov.co/> (Acesso em junho de 2014).
 - 2** - Fonte: Informe sobre Control del Tabaco para la Región de las Américas 2013 de la OPS, p.34. Disponível em: www.paho.org Ver <http://goo.gl/wp83sH> (Acesso em junho de 2014).
 - 3** - Superintendencia de Industria y Comercio. Documentos de Trabajo 11. Efecto de las políticas públicas de vigilancia, control y regulación en el mercado del tabaco en Colombia, 2013. Gráfico 4. Participação de mercado por volume de cigarros vendidos em 2011. Página 17.
 - 4** - Ver Sentença de exequibilidade C-830 de 2010. Disponível em: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2010/c-830-10.htm> (Acesso em junho de 2014).
 - 5** - De acordo com a CQCT, “por publicidade e promoção do tabaco entende-se toda forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o fim, o efeito ou o possível efeito de promover direta ou indiretamente um produto do tabaco ou o uso do tabaco”, Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, Organização Mundial da Saúde, 2003.
 - 6** - Para obter mais informação, consulte A saúde não é negociável. A sociedade civil ante a interferência da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2010-2012; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colômbia, Fundación Interamericana del Corazón México, Aliança de Controle do Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponível em: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acesso em junho de 2014).
 - 7** - Wakefield M, Germain D, and Henriksen L. The effect of retail cigarette displays on impulse purchase. *Addiction*. Fev 2008;103(2):322-8
 - 8** - COLJUEGOS é a empresa industrial e comercial do Estado administradora do monopólio de rentabilidade do jogo. COLJUEGOS é a autoridade que a nível nacional rege os jogos e apostas. A nível departamental e municipal são explorados e autorizados por uma figura denominada Sociedade de Capital Público Departamental (SCPD) e por delegação às loterias.
-



05

CHILE

População

15.116.435¹

Prevalência do consumo de tabaco

40,6% da população adulta²

Ano de ratificação da CQCT

2005

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

Lei N° 20.660 de 2013 (modifica a Lei N° 19.419):

- ▶ Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todo os espaços fechados de acesso público.
- ▶ Proibição total de publicidade, promoção e patrocínio de produtos do tabaco.
- ▶ Exigência às empresas de tabaco de que informem suas despesas com lobby, com Responsabilidade Social Empresarial e suas alianças com outras empresas ou organizações.
- ▶ Maior número e rotatividade das advertências sanitárias com pictogramas.

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado³

- British American Tobacco: 96 % do mercado
- Philip Morris International: 2% do mercado

Em setembro de 2011, o projeto para modificar a Lei de Controle do Tabaco No 19.419 deu entrada no Congresso Nacional do Chile através do Poder Executivo para que fosse discutida na Câmara de Deputados. Este projeto propunha a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco como o eixo central e o espírito da norma.

Durante o processo de discussão da lei, a sociedade civil, liderada pela iniciativa Chile Livre de Tabaco (CHLT, Chile Libre de Tabaco),

realizou inúmeras ações para apoiar a adoção de ambientes 100% livres de fumaça e propor outras medidas recomendadas pela Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT), como a proibição total de publicidade, um número maior de advertências sanitárias e sua rotatividade, entre outras.

Ao mesmo tempo, a indústria do tabaco realizou grandes esforços para impedir a sanção da lei e obter uma norma à sua medida com o fim de proteger seus interesses comerciais à custa da saúde do povo chileno.

O lobby da BAT Chile durante a discussão da lei de controle do tabaco

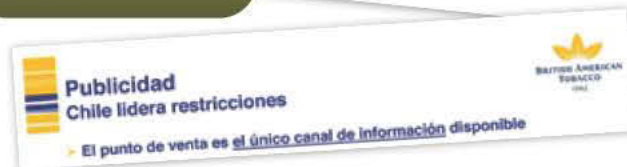
Quando o projeto de lei avançou no seu processo legislativo e a discussão passou ao Senado, foram apresentadas várias modificações que aumentavam as restrições com o fim de diminuir o consumo do tabaco e proteger a saúde da população. Uma destas medidas foi a incorporação da proibição total de publicidade, promoção e patrocínio.

Contrariando as recomendações do artigo 5.3 da CQCT⁴, o Congresso autorizou a BAT Chile a participar da discussão das Comissões de Saúde da Câmara de Deputados e do Senado para expor seus pontos de vista. A indústria do tabaco expressou sua opinião sobre vários aspectos do projeto de lei e, principalmente, opôs-se às restrições em matéria de publicidade.

Na sua primeira apresentação à Comissão de Saúde do Senado, os representantes da BAT Chile apelaram aos mesmos argumentos utilizados na maioria dos países. Neste sentido, assinalaram

que a proibição total de publicidade vulneraria a igualdade perante a lei, o direito de desenvolver qualquer atividade econômica, o direito à não discriminação do Estado e o direito à propriedade. Além disso, os representantes da indústria do tabaco argumentaram que as restrições vigentes à publicidade já afetavam a livre concorrência e que a Constituição chilena autorizava os legisladores a regular garantias constitucionais, mas em nenhum caso suprimi-las⁵.

Apresentação da BAT Chile perante o Senado com propostas sobre sanções ao comércio ilícito, prazos para as advertências sanitárias e regulação da publicidade nos pontos de venda, em função dos interesses da empresa.



Mas à margem dos relatórios e das apresentações formais que foram concedidas à indústria do tabaco, durante o processo de discussão da lei ocorreu um fato importante: a BAT foi denunciada publicamente pelo Ministro de Saúde, o Dr. Jaime Mañalich⁶ e por parlamentares

da oposição por realizar ações de lobby. As denúncias, que repercutiram amplamente nos meios de comunicação nacionais, indicavam que representantes da BAT haviam pressionado indevidamente os parlamentares para impedir a aprovação da lei.

"O lobby (da indústria do tabaco) é gigantesco nos corredores, nas conversas, nos telefonemas aos parlamentares, para discernir qual é o ponto que pode ser tocado para demorar a legislação."

Ministro da Saúde, Jaime Mañalich, durante a discussão no Congresso da lei de controle do tabaco.

FONTE: Emol.com, 02/01/2013

Através de senadores afins, a indústria conseguiu que a legislação passasse à etapa de revisão pela Comissão de Constituição, Legislação e Justiça por causa das proibições à publicidade. Foram apresentados relatórios apoiando e rejeitando a medida e, finalmente, a Comissão emitiu um parecer favorável à proibição da publicidade tendo como um de seus argumentos fundamentais que as disposições da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco eram superiores à legislação nacional.

Vale a pena destacar que a indústria também se mobilizou para que o projeto de lei fosse revisado pela Comissão de Agricultura do Senado para analisar a proibição dos aditivos proposta pelo Ministério da Saúde.⁸ A empresa e os senadores aliados encheram as galerias do Congresso com agricultores do cultivo do tabaco que argumentavam que se a proibição de aditivos



FONTE:
www.emol.com,
02/01/2013

FONTE:
www.emol.com,
27/1/2012

fosse aprovada, não seria possível continuar produzindo tabaco no Chile e eles perderias seus postos de trabalho.⁹ Este falso argumento conseguiu o apoio de parlamentares das regiões de cultivo de tabaco, conseguindo que finalmente a lei fosse flexibilizada neste ponto.

Lobby: O nexo financeiro da British American Tobacco Chile com Libertad y Desarrollo

As relações da BAT com a classe política no Chile

A indústria do tabaco no Chile construiu diversas redes de influência para poder ter acesso a níveis de tomada de decisões.

Segundo um relatório de Chile Livre de Tabaco¹⁰, uma das principais estratégias da BAT no Chile é incluir representantes de todas as tendências políticas na sua diretoria. Tanto é assim que a diretoria local da BAT teve entre seus integrantes recentes alguns ministros do regime militar, dos governos da Concertação e do gabinete do ex-presidente Sebastián Piñera.

O presidente da diretoria da BAT Chile, Carlos Cáceres - ex-ministro da Fazenda e do Interior de Augusto Pinochet - preside ao mesmo tempo o Instituto Liberdade e Desenvolvimento, principal centro de pensamento de direita neoliberal e de formação de especialistas do partido União Democrata Independente (UDI). Este partido, que fez parte da coalizão de governo do ex-presidente Piñera, foi o principal opositor à lei de controle do tabaco. O ex-ministro da Secretaria Geral da Presidência, Cristian Larroulet, foi integrante do Instituto de Liberdade e Desenvolvimento e Teodoro Ribera Neumann, um dos diretores da BAT desde 2009, renunciou a esse cargo a meados de 2011 para assumir como Ministro da Justiça.

Durante o processo legislativo, Chile Livre de Tabaco denunciou este conflito de interesses. Uma investigação jornalística constatou o fato ao tornar público que a BAT Chile realizou uma doação milionária ao Instituto Liberdade e Desenvolvimento em 2013.



O projeto de lei do controle do tabaco avança com o apoio da sociedade civil

Durante o processo no Congresso, Chile Livre de Tabaco, com o apoio de outras organizações nacionais e internacionais, realizou inúmeras

ações para apoiar o projeto de lei e propor medidas que estivessem de acordo com a CQCT.

Foram realizadas apresentações técnicas a favor da iniciativa legal perante as Comissões de Saúde da Câmara de Deputados e do Senado e ante a Comissão de Trabalho do Senado. Também foram realizadas reuniões com algumas bancadas de partidos políticos na Câmara de Deputados e reuniões bilaterais com uma centena de parlamentares de todo o espectro político. Chile Livre de Tabaco, junto com a representação nacional da Organização Pan Americana da Saúde (OPAS), mobilizou associações médicas, organizações acadêmicas

e profissionais da saúde para obter apoio social para a implementação dos ambientes 100% livres de fumaça de tabaco, materializado em um comunicado publicado em um jornal da capital e em declarações públicas dirigidas ao Congresso.

Um apoio importante durante o processo da lei foi o da comunidade internacional de controle do tabaco da região, cujos referentes enviaram cartas ao parlamentares e realizaram visitas ao Chile para falar com os meios de comunicação e realizar reuniões no Congresso.

AÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL PARA APOIAR A LEI DE CONTROLE DO TABACO



01

Abaixo-assinado

02

Pesquisas de opinião para mostrar o apoio da população



03

Notas de imprensa

Sonia Covarrubias,
Coordenadora de
Chile Libre de Tabaco

04

Apoio público ao projeto de lei por parte de organizações e personalidades nacionais e internacionais



05

Apresentações e entrega de relatórios às comissões parlamentares e aos congressistas

Finalmente, com a forte convicção do Ministro de Saúde e apesar do lobby da indústria do tabaco, em fevereiro de 2013 foi aprovada no Chile a Lei Nº 20.660, que modificou a Lei de Controle do Tabaco Nº 19.419. Entre suas principais medidas, destaca-se a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todo os espaços fechados de acesso público, a extensão da proibição de publicidade, promoção e patrocínio

de produtos do tabaco nos pontos de venda - único lugar excluído pela lei anterior - e um importante avanço para aumentar a transparência nas atividades das empresas de tabaco ao solicitar-lhes relatórios anuais sobre suas contribuições e doações, alianças com terceiros, celebração de contratos e atividades de responsabilidade social empresarial.

Estratégias da indústria para evitar a proibição de publicidade nos pontos de venda

A nova lei entrou em vigor em março de 2013 e sua aprovação foi um duro golpe para a indústria do tabaco, já que seus pontos de venda - cerca de 28.000¹¹ em todo o país - são o meio de contato privilegiado a partir do qual podem desenvolver estratégias de publicidade e marketing para promover seu produto.

exibidores de maços de cigarro em lojas comerciais, bares e supermercados, sendo esta estratégia uma forma não autorizada de publicitar e promover produtos do tabaco. Por este motivo, em meados de 2013, a sociedade civil denunciou publicamente a BAT Chile por continuar promovendo seus produtos através desta nova via.

Entretanto, as ações de interferência para obstaculizar a proibição de publicidade não cessaram depois que a lei entrou em vigor. A indústria do tabaco retirou a publicidade dos pontos de venda e a substituiu por grandes

Exibição de produtos do tabaco em pontos de venda chilenos.



Ante a denúncia formulada, a Subsecretaria de Saúde Pública emitiu um ofício¹² com instruções para as Secretarias Regionais Ministeriais (SEREM) de Saúde de todo o país para que denunciem ao Poder Judiciário os infratores da Lei do Tabaco que instalem exibidores de maços de cigarros nos pontos de venda. O avanço neste

sentido é um precedente muito importante, já que reconhece que os grandes exibidores de maços de cigarros (estratégia utilizada em inúmeros países quando se proíbe a publicidade no ponto de venda) são uma forma de promoção dos produtos do tabaco.

Batalhas ganhas e novos desafios

O caso chileno expõe claramente as estratégias de interferência desenvolvidas pelas empresas de tabaco durante a discussão das leis de controle do tabaco, muitas das quais foram expostas pela sociedade civil de inúmeros países em seus próprios processos de discussão e implementação de legislação de controle do tabaco.

Em função dos esforços que a BAT Chile realizou - sem sucesso - para impedir a promulgação das normas de proibição de publicidade, espera-se que continue interferindo neste campo com novas ações, reclamações e litígios. De fato, até maio de 2014, as disputas continuavam e foram trasladadas ao âmbito jurídico, com processos (ainda pendentes de resolução) por parte da BAT Chile perante a Controladoria-Geral da República para obstaculizar a implementação da lei.

De todas as maneiras, os avanços feitos pelo Chile em matéria de controle do tabaco são destacáveis, porque tornou-se um dos poucos países da região que conta com uma proibição total de publicidade e que implementou mecanismos de transparência inovadores que exigem que as empresas de tabaco informem detalhadamente as despesas destinadas à promoção e lobby e também às doações, alianças com outras empresas e organizações e suas despesas em atividades de responsabilidade social empresarial.

▶ O Ministério da Saúde Pública emite o Ofício N° 2.256 que proíbe a instalação de exibidores de tabaco em pontos de venda e os tipifica como uma violação das restrições à publicidade.

Julho
2013

Junho
2013

▶ A sociedade civil realiza denúncia pública sobre a instalação de exibidores de cigarros nos pontos de venda.

▶ É sancionada e promulgada a Lei N° 20.660, que respeita a CQCT.

Fevereiro
2013

Janeiro 2012 - Janeiro 2013

▶ O Ministro da Saúde e parlamentares denunciam o lobby das empresas de tabaco para obstaculizar a aprovação do projeto de lei.

▶ Entrada no Congresso de projeto para modificar a Lei N° 19.419 de controle do tabaco.

Setembro
2011

NOTAS

- 1** - Fonte: Instituto Nacional de Estadísticas, Chile 2002.
 - 2** - Resultados Pesquisa Nacional de Saúde 2009-2010. Ministério da Saúde do Chile. Disponível em: <http://epi.riiinsal.cl/estudios-y-encuestas-poblacionales/encuestas-poblacionales/encuesta-nacional-de-salud/resultados-ens/> (Acesso em junho de 2014).
 - 3** - Economía. Imposto específico sobre o tabaco. Obrigado por fumar. BCI. Abril de 2010. Disponível em: <http://www.bci.cl/medios/filiales/bciestudios/economia/2010-04-28%20ITA.pdf> (Acesso em junho de 2014).
 - 4** - O artigo 5.3 da CQCT e suas diretrizes reclamam o compromisso dos Estados Parte do tratado de proteger suas políticas de saúde pública dos interesses comerciais e outros interesses da indústria do tabaco.
 - 5** - Apresentação da BAT Chile na Comissão de Saúde do Senado, julho de 2012. Disponível em: www.batchile.com Ver <http://goo.gl/qWTNX7>
 - 6** - "Minsal aprofunda críticas contra lobby das empresas de tabaco antes de votação de lei", Emol.com, 02/01/2013. Disponível em: www.emol.com Ver <http://goo.gl/aSV2k3> (Acesso em junho de 2014).
 - 7** - "Deputado Accorsi denuncia que lobby das empresas de tabaco influenciou na votação da lei", Emol.com, 27/01/2012. Disponível em: <http://www.emol.com/noticias/nacional/2012/01/27/523597/accorsi-denuncia-gran-lobby-de-tabacaleras-previo-a-votacion-de-ley.html> (Acesso em junho de 2014).
 - 8** - Artigo de imprensa. Agricultores e produtores expressam sua preocupação por projeto que eliminaria aditivos em cigarros. Disponível em: http://www.senado.cl/prontus_senado/site/artic/20120830/pags/20120830165551.html (Acesso em junho de 2014).
 - 9** - Esta estratégia também foi utilizada no Brasil na votação da resolução que proíbe o uso de aditivos. Ver: A Saúde não é negociável A sociedade civil ante a interferência da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2010-2012; Fundación Interamericana del Corazón Argentina, Corporate Accountability International Colômbia, Fundación Interamericana del Corazón México, Aliança de Controle do Tabagismo; Buenos Aires, 2012. Disponível em: http://www.ficargentina.org/images/stories/biblioteca/la_salud_no_se_negocia%20_-_casos_de_estudio.pdf (Acesso em junho de 2014).
 - 10** - Relatório indústria do tabaco no Chile, Maria Teresa Valenzuela. Chile Libre de Tabaco. Disponível em: <http://www.chilelibredetabaco.cl/wp-content/uploads/2012/05/industria-tabacalera-en-chile-hoja-informativa-mayo-2012.pdf> (Acesso em junho de 2014).
 - 11** - BAT Chile. Disponível em: http://www.batchile.com/group/sites/BAT_7ZHF2R.nsf/vwPagesWebLive/D07ZMGAS?opendocument&SKN=1 (Acesso em junho de 2014).
 - 12** - O ofício N° 2256, da Subsecretaria de Saúde Pública de 15 de julho de 2013, assinala que "a Lei estabelece em seu artigo N° 3 que se proíbe a publicidade do tabaco e de elementos das marcas relacionados com este produto. No artigo N° 2, estabelece na letra a) que para efeitos da Lei se entenderá como publicidade toda forma de promoção, informação ou ação de promover um produto feito com tabaco ou o consumo do tabaco. Neste sentido, é importante recalcar que está proibida qualquer forma de responsabilidade social empresarial, qualquer aviso em revistas, jornais ou outros meios de comunicação, mesmo que sejam exclusivamente informativos e qualquer forma de comunicação que tenha como objetivo destacar o produto em relação a outros produtos, como por exemplo os dispositivos que pouco a pouco foram sendo instalados nos pontos de venda onde se destaca a lista de preços em relação a outros produtos do estabelecimento e os sistemas que foram instalados em galerias e outros para destacar os balcões e os produtos".
-

06

PERU

Quantidade de habitantes do país

30.475.144 habitantes¹

Prevalência do consumo de tabaco

13,3% da população adulta²

Ano de ratificação da CQCT

2004

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

Lei N° 28.705 de 2006, modificada pela Lei N° 29.517³ de 2010:

- ▶ Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco.
- ▶ Advertências sanitárias com imagens de 50% dos dois lados.

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado

A British American Tobacco domina a maior parte do mercado.⁴



Com 55 votos a favor, 4 em contra e 11 abstenções, no dia 30 de março de 2010, o total do Congresso peruano aprovou a Lei N° 29.517, que modificou a Lei N°28.705 de controle do tabaco.

A aprovação desta nova norma significou a adoção da política de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco para o Peru, já que introduziu a eliminação das áreas para fumar em todos os espaços fechados de acesso público, sem exceções.

Para que a aplicação da lei de controle do tabaco peruana seja efetiva, é necessário que os governos locais aprovem suas respectivas leis de adesão. Neste contexto, a sociedade civil representada pela Comisión Nacional Permanente de Lucha Anti Tabáquica (COLAT) e representantes da Organización Pan-americana da Saúde (OPS) trabalharam com especialistas de 22 governos locais de Lima para elaborar um modelo de lei ordinária. Este modelo de lei ordinária foi e continua sendo promovido pela sociedade civil comprometida com o controle do tabaco entre os governos locais e já foi aprovado por inúmeros municípios do Peru, permitindo que cada vez haja mais cidadãos protegidos contra a exposição à fumaça do tabaco.

FONTE:
Peru 21, 31/03/10.



2



1

1 "Não será permitido em locais de trabalho, restaurantes, discotecas e outros"

2 "PROIBIDO FUMAR"

FONTE:
El Comercio, 31/03/10.

Demanda de inconstitucionalidade contra a lei de controle do tabaco

Seis meses depois da aprovação da Lei 29.517, foi apresentado um abaixo-assinado com mais de 5.000 assinaturas com o objetivo de iniciar um processo para que fosse declarada a inconstitucionalidade da lei⁵.

O advogado encarregado desta fase preliminar do processo de inconstitucionalidade, Jaime Barco Roda, também se encarregou da inscrição da marca de serviço “Respeito x Respeito”, realizada no dia 19 de novembro de 2010. Este foi o antecedente imediato à formação da associação “Contribuyentes pelo respeito”, catalisador de ideias dedicado à promoção do livre comércio e que desempenhou um papel ativo na oposição às iniciativas legislativas destinadas a proibir a publicidade do tabaco e sua exibição nos pontos de venda, assim como a desinformar a opinião pública sobre os reais alcances das leis 28.705 e 29.5176. O diretor executivo desta associação, Fernando Cáceres



FONTE:
Contribuyentes por respeto,
www.respeto.pe, 10/10/12

FONTE:
Contribuyentes por respeto,
www.respeto.pe, 22/08/2012

Artigos publicados por *Contribuyentes por Respeito* que se opõem à política de ambientes 100% livres de fumaça.

Freyre, é um ex-gerente da British American Tobacco no Peru (BAT)⁷, fato que demonstra os vínculos entre a indústria do tabaco e os que apresentaram a demanda.

Após a conclusão do processo de verificação das assinaturas, no dia 30 de novembro foi apresentada ao Tribunal Constitucional a demanda de inconstitucionalidade contra a Lei 28.705, modificada pela Lei 29.517.

O objetivo da demanda foi solicitar que fosse declarada a inconstitucionalidade dos artigos que estabeleciam a proibição do consumo de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público e a proibição do consumo de tabaco nas áreas abertas dos estabelecimentos educacionais para adultos indicadas na lei.

Entre os principais argumentos apresentados na demanda, destacam-se os mesmos que são utilizados habitualmente pela indústria do tabaco em todo o mundo para opor-se à implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco: o direito à livre iniciativa privada e à liberdade de empreendimento, o “direito das pessoas fumantes

ao livre desenvolvimento da personalidade” e que as normas que contemplam setores ou estabelecimentos exclusivos para fumantes são suficientes para proteger a saúde das pessoas que não fumam, contrariamente ao que é assinalado por abundante evidência científica⁸.

FONTE:
El Peruano, 20/06/12

A proibição de fumar em espaços fechados de acesso público não foi a única medida questionada judicialmente. Em junho de 2012, a British American Tobacco (BAT) entrou com uma liminar para que fosse declarado inaplicável o artigo 11, inciso 5, da Lei 29.517, que proíbe vender maços de cigarros com menos de 10 unidades. O pedido da empresa de tabaco foi rejeitado pelo Poder Judiciário e a medida continua vigente.



- 1 "Venta no varejo em debate"
- 2 "Indústria do tabaco enfrenta o Estado"

FONTE:
Publimetro, 21/06/12

Peru defende a política de ambientes 100% livres de fumaça

A sociedade civil peruana, liderada pela Comisión Nacional Permanente de Lucha Antitabáquica (COLAT)⁹, realizou um intenso trabalho para refutar a demanda de inconstitucionalidade apresentada contra a lei de controle do tabaco. Neste sentido, entrou em contato com a Clínica Jurídica de Ações de Interesse Público da Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Peru para apresentar um Amicus Curiae ao Tribunal Constitucional e assim defender a legitimidade das leis questionadas. A sociedade civil do Peru também entrou em contato com o O'Neill Institute for National

and Global Health Law, da Escola de Direito da Universidade de Georgetown e com as organizações internacionais comprometidas com o controle do tabaco, Campaign for Tobacco Free Kids e Alianza para el Convenio Marco, que também foram admitidos como Amicus Curiae e participaram do processo apresentando evidência científica e técnica através de seus relatórios técnicos e jurídicos. Entre os principais argumentos para contrapor a demanda de constitucionalidade da lei de ambientes 100% livres de fumaça, destacam-se os seguintes:


- ▶ A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da Organização Mundial da Saúde (CQCT) exige que os Estados Parte adotem os ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público. A CQCT é um tratado de direitos humanos, e, portanto, possui uma status constitucional dentro da ordem jurídica peruana.
- ▶ Existem inúmeros estudos que evidenciam o dano à saúde provocado pelo tabaco e que indicam que a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em espaços fechados de acesso público é uma medida eficaz para diminuir o consumo de tabaco e a exposição à fumaça de tabaco de terceiros.
- ▶ Muitos Estados Parte da CQCT já adotaram a proibição de fumar em espaços fechados de acesso público porque reduz a prevalência do consumo de tabaco, diminui a média de cigarros consumidos por dia e promove o parar de fumar.
- ▶ A proposta de permitir ambientes apenas para fumantes nos quais trabalhe pessoal fumante geraria a expansão de lugares nos que, além de fumar, seria permitido vender comidas ou bebidas, com o que, na prática, seriam indiferenciáveis de qualquer restaurante ou bar, perdendo-se o sentido da norma que exige locais 100% livres de fumaça.

O Estado peruano teve um papel destacável na defesa da lei. Os esforços das organizações encontraram um forte apoio nos procuradores do Estado (do Congresso da República e do Ministério da Saúde), com quem estabeleceram um diálogo aberto e defenderam as leis de controle do tabaco e da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, com o apoio do Ministério da Justiça e Direitos Humanos e do Conselho Nacional de Defesa do Estado.

Finalmente, no dia 19 de julho de 2011, o Pleno Jurisdicional do Tribunal Constitucional pronunciou

a sentença que declarou infundada a demanda de inconstitucionalidade contra a lei de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco. De acordo com o previsto no artigo 3 da CQCT e o dever do Estado de proteger no mais alto nível possível de maneira progressiva o direito fundamental à saúde, reconhecido no artigo 7 da Constituição, a sentença do tribunal entendeu que está constitucionalmente proibido que no futuro sejam adotadas medidas legislativas ou de outra índole que protejam em menor grau o direito fundamental à saúde perante a epidemia do tabagismo, em comparação com a legislação atual¹¹.

Outras estratégias para deter a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco



Em novembro de 2011, após a rejeição da demanda para declarar inconstitucional a implementação de ambientes 100% livres de fumaça, restaurantes famosos e exclusivos de Lima realizaram diversas denúncias perante a Comissão de Eliminação de Barreiras Burocráticas (CEB) do Instituto Nacional de Defesa da Concorrência e da Proteção da Propriedade Intelectual (INDECOPI) contra leis municipais que proibiam fumar em espaços públicos fechados e interiores de trabalho.

Em uma primeira instância, a CEB apresentou seu relatório ao tribunal do INDECOPI apoiando a denúncia dos proprietários dos restaurantes demandantes. Perante esta situação, representantes da sociedade civil reclamaram ao presidente da INDECOPI que fosse reconhecida a legitimidade das leis municipais, argumentando que estas leis haviam repetido os textos do Regulamento da Lei Nacional N°29.517 sem modificações. Finalmente, foi obtida uma resolução favorável do tribunal do INCECOPI, de modo que as leis municipais e os ambientes 100% livres de fumaça em espaços fechados de acesso público adquiriram um importante apoio.

Novos desafios para o controle do tabaco no Peru

Desde fevereiro de 2014, a Lei N°28.705, Lei Geral para a prevenção e controle dos riscos do consumo do tabaco, a Lei N°29.517, que modifica a anterior, e as leis municipais complementares encontram-se em plena vigência.

A sociedade civil organizada comprometida com a luta contra o tabaco, representada principalmente pela COLAT, depara-se atualmente com o desafio

de promover uma lei que proíba todas as formas de publicidade, promoção e patrocínio de tabaco, incluindo a proibição da exibição dos produtos nos lugares de venda, em sintonia com a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da OMS. Neste sentido, espera-se que o presidente do Congresso e a Junta de porta vozes dos partidos políticos coloquem na agenda o debate e a aprovação dos pareceres de lei que são amplamente favoráveis.

Por outro lado, a sociedade civil continua trabalhando para promover a aprovação de leis municipais que estabeleçam a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em seus territórios.

REGULACIÓN

Apaguen sus cigarrillos

La polémica sobre la prohibición de fumar en lugares públicos continúa, y se alistan nuevas medidas

ABRIL 2004
Ley 28700
Aprueba áreas para fumadores en restaurantes, bares, hoteles, etc., separadas de las áreas donde se prohíba fumar y con capacidad que impida el escape del humo.

ENERO 2010
D.S. 005-2010-SA
Reduce el área para fumadores al 10%.

ENERO 2011
D.S. 001-2011-SA
Mantiene la prohibición y prohíbe fumar en trabajos y espacios públicos cerrados o cubiertos por un techo y más de una planta.

JULIO 2008
D.S. 005-2008-SA
Aprueba para fumadores no cubiertos por un techo y más de una planta.

ABRIL 2010
Ley 29515
Se prohíbe fumar en todo espacio público cerrado o cubierto por un techo y cerrado entre y paralelos.

PARA SABER MÁS
Ley 29715 sobre los lugares para los fumadores. Más la aprobación de la Ley Antitabaco, ¿cómo fue?

LÍNEA DE TIEMPO - ÁREAS DE FUMADORES

“Apaguen os seus cigarros”

FONTE:
Semana económica,
08/01/12

CONGRESO DISCUTIRÍA HOY PROYECTO DE LEY SOBRE ESTE TEMA

Buscan eliminar publicidad de tabaco

ONG Respeto por Respeto pide más discusión sobre el tema

DIABEL DAMORA
diabeldamora@redesocial.com

Con el propósito de reducir la salud de los ciudadanos, el Congreso de la República pretende aprobar un proyecto de ley que prohíba la publicidad y promoción de cigarrillos. Previamente, hoy se discute en la Comisión de Salud el proyecto para modificar la Ley de Control de Producción de Tabaco, Ley 28700.

Al respecto, el director ejecutivo de la ONG Respeto por Respeto, Fernando Cárdena, señaló que dichos iniciativas demuestran una voluntad sincera que apunta a reducir el nivel de consumo del tabaco.

“Hay muchos evaluando en Alemania, Canadá, Irlanda y Australia, que demuestran que prohibir la publicidad de sus productos no los consume”, agregó que se deberían lograr que se eliminen los cigarrillos antes que los productos de otros productos.

“FUTURAS LEYES”. En un estado de bienestar, entre las propuestas que el consumidor de entre de lo que consume el producto, que consume el producto y puede estar informado”, indicó Cárdena, tras señalar que con estas medidas se

CIUDADANO Propuesta afecta la libertad del consumidor a esta industria

DEBATE
Desde el 2004 está prohibida la publicidad en televisión, radio e internet. Sin embargo, todavía existen espacios de consumo masivo de cigarrillos en el comercio electrónico.

La propia industria que más ha crecido en los últimos años es la de los cigarrillos. En este sentido, se debe tener en cuenta que la industria del tabaco es una de las más rentables del mundo.

“Por eso pedimos que se haga un análisis más exhaustivo del tema y que antes de aprobar cualquier medida se investigue sobre cómo afectará a la salud de los ciudadanos”.

“Querem eliminar publicidade de tabaco”

FONTE:
Correo, 21/11/12



- ▶ Exclusivos restaurantes de Lima apresentam diversas denúncias contra leis municipais que proíbem fumar em espaços públicos fechados.

- ▶ As organizações comprometidas com o controle do tabaco são admitidas como Amicus Curiae perante o Tribunal Constitucional.

- ▶ Aprovação da Lei 29.517, que modifica a Lei 28.705, que estabeleceu a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público.

Janeiro
2013

- ▶ São revogadas as resoluções de primeira instância que declaravam barreiras burocráticas ilegais às leis municipais. Deste modo é obtido um forte apoio às leis municipais que estabelecem ambientes 100% livres de fumaça de tabaco.

Novembro
2011

- ▶ O Tribunal Constitucional declara sem fundamento a demanda de inconstitucionalidade contra a lei de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco.

Julho
2011

Junho
2011

- ▶ Demanda impulsionada por grupos vinculados à indústria do tabaco para declarar a inconstitucionalidade dos artigos que estabelecem a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco.

Outubro
2010

Março
2010

NOTAS

- 1 - Fonte: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Disponível em: <http://www.inei.gob.pe/> (Acesso em junho de 2014).
 - 2 - Fonte: IV Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Perú 2010, Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA). Disponível em: <http://www.devida.gob.pe> (Acesso em junho de 2014).
 - 3 - De acordo com a Constituição Política da República do Peru, as modificações realizadas em uma lei devem ser feitas por outra lei.
 - 4 - Fonte: Atlas do Tabaco terceira edição, American Cancer Society, 2009. Disponível em: <http://tobaccoatlas.org/> (Acesso em junho de 2014).
 - 5 - De acordo com a Constituição Política do Peru, a Ação de Inconstitucionalidade é uma garantia constitucional que procede contra normas que têm o caráter de lei. Neste aspecto, o artigo 203, inciso 5, permite entrar com esta ação a 5.000 cidadãos ou mais com assinaturas comprovadas pelo Júri Nacional de Eleições (JNE).
 - 6 - Sobre este tema, consulte as notas de imprensa sobre tabaco publicadas no site da associação "Contribuyentes por Respeto" <http://www.respeto.pe> (Acesso em junho de 2014).
 - 7 - Ver <http://www.linkedin.com/pub/fernando-c%C3%A1ceres-freyre/32/21b/47b> (Acesso em junho de 2014).
 - 8 - Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos EE. UU Relatório da Cirurgiã Geral dos Estados Unidos: A fumaça do tabaco causa doenças: como afeta você. Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos (HHS), Centros para o Controle e a Prevenção de Doenças (CDC), Centro Nacional para a Prevenção de Doenças Crônicas e Promoção da Saúde, Escritório de Tabagismo e Saúde, 2010.
 - 9 - <http://www.colat.pe/> (Acesso em junho de 2014).
 - 10 - A figura legal do Amicus Curiae consiste na participação de um terceiro alheio a um processo com o objetivo de proporcionar sua opinião técnica em relação a uma questão de direito em disputa.
 - 11 - Para consultar a sentença: <http://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2011/00032-2010-AI.html> (Acesso em junho de 2014).
-

por respetar el aire de todos
GRACIAS
 por respetar el aire de todos
GRACIAS
 por res
 Des



07

URUGUAI

População

3.286.314¹

Prevalência do consumo de tabaco

25%²

Ano de ratificação da CQCT

2004

Principais leis e medidas de controle do tabaco implementadas no país

- Lei Nº 18.256 de 2008 e modificações introduzidas pela Lei Nº 18.362 (Art.311):
- ▶ Ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público e/ou locais de trabalho públicos ou privados.
 - ▶ Proibição total de publicidade, promoção e patrocínio em qualquer local com a exceção dos pontos de venda.
 - ▶ Advertências sanitárias com imagens ou pictogramas nos maços.
 - ▶ Aumento dos impostos sobre o tabaco.

Portaria 514/008 - Ministério de Saúde Pública:

- ▶ Limitação a uma única apresentação do produto por cada marca comercial.

Decreto 287/009 e Portaria 466/09 - Ministério de Saúde Pública:

- ▶ Ampliação das advertências sanitárias até 80% da superfície dos maços de cigarro e incorporação de novas imagens.

Principais empresas de tabaco do país e distribuição do mercado

- Monte Paz S.A: 73% do mercado
- Abal Hnos, subsidiária da Philip Morris International: 10,5%
- British American Tobacco: 3,6 %³

A adoção de medidas de controle do tabaco no Uruguai ganhou impulso com a chegada à presidência do Dr. Tabaré Vázquez, que compreendeu o problema da epidemia de tabagismo e seu impacto sobre a saúde, a economia e o desenvolvimento do país e decidiu impulsionar a implementação imediata das disposições mais essenciais da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT). Por sua vez, o parlamento uruguaio percebeu a importância de estabelecer uma política de Estado nesta matéria e todo o espectro político acompanhou as medidas.

Entre 2008 e 2010, o Uruguai foi adotando políticas de controle do tabaco que transformaram o país em um pioneiro neste campo na América Latina. Em 2008, tornou-se o primeiro país da região a implementar ambientes 100% livres de fumaça de tabaco em todos os espaços fechados de acesso público e locais de

trabalho. Ao mesmo tempo, colocou advertências sanitárias com imagens nos maços de cigarros, que em 2009 foram estendidas até cobrir 80% das duas superfícies principais. Também aumentou os impostos sobre o tabaco, deu cobertura aos tratamentos para parar de fumar e, por uma resolução do poder executivo, estabeleceu que as empresas de tabaco só poderiam comercializar uma única apresentação de cigarros por marca, o que levou as empresas a retirar inúmeros produtos do mercado.

No entanto, a partir de 2010 tornou-se visivelmente mais lento o processo de aprovação de novas regulamentações e, até mesmo, a implementação das já aprovadas.



Campanha para fortalecer a implementação de ambientes 100% livres de fumaça de tabaco no Uruguai

Philip Morris International aciona o governo uruguaio

Em fevereiro de 2010, a Philip Morris International (PMI) apresentou uma denúncia no Centro Internacional para Arbitragem de Disputas sobre Investimentos (CIADI) do Banco Mundial contra o Uruguai pela suposta violação de um tratado bilateral de 1991 entre a Suíça e o Uruguai para a promoção e proteção dos investimentos.

A legislação contestada pela PMI inclui o Decreto Nº 287/009, que regulamenta a Lei Nº 18.256 (10/03/2008) e as portarias Nº 514/08 e Nº 466/09. A ação da empresa de tabaco considera que a implementação destas medidas envolve uma perda substancial do mercado da empresa e, portanto, exigia uma compensação financeira de 2 bilhões de dólares pelas medidas de controle do tabaco impulsionadas pelo ex-presidente Tabaré Vázquez.

Por um lado, a PMI questionou a medida do Uruguai segundo a qual é permitida uma única apresentação por marca de cigarro. No entanto, esta medida é apoiada pelas Diretrizes

do Artigo 11 da CQCT, que foram aprovadas por unanimidade pela Terceira Conferência das Partes (COP 3), realizada em 2008. Por outro lado, a ação iniciada pela PMI atacou as advertências sanitárias obrigatórias em 80% das duas principais superfícies dos maços de cigarros, apesar de que vários países tenham adotado advertências grandes. Na verdade, essas diretrizes incentivam a colocação de advertências tão grandes quanto possível e até mesmo consideram a utilização de pacotes sem logotipos ou cores, uma medida até mesmo superior à aplicada pelo Uruguai. Por fim, a PMI considera que as imagens de advertência não são adequadas e não refletem a realidade, embora sejam muito semelhantes às utilizadas por outros países.

FONTE: Búsqueda, 11/11/10



- 1 2 3 Advertências sanitárias utilizadas no Uruguai que ocupam 80% de ambas as faces dos maços de cigarros
- 4 "Uruguai sustenta que os negócios da Philip Morris impedem o "desenvolvimento" do país porque danificam a saúde da população"

"O tabagismo, como a guerra, mata muitos (...), mas também enriquece alguns. É desnecessário dizer que esta empresa de tabaco (PMI), como todas as empresas de tabaco, pouco se importa com a saúde dos consumidores (...). Também não se preocupa pelo reduzido mercado uruguaio nem a irrelevante concorrência das empresas de tabaco locais. O que sim interessa, e muito, a esta e as outras multinacionais do tabaco, é castigar o Uruguai e intimidar outros países que estejam implementando políticas públicas para o controle do tabaco ou que estejam se preparando para isso."

Ex-presidente uruguaio Tabaré Vázquez

FONTE: "A Philip Morris quer 'castigar' o Uruguai, acusou o ex-presidente", AFP 15/11/2010

A reação do Uruguai

A ação legal da PMI coincidiu com a mudança de autoridades nacionais do governo no Uruguai em março de 2010. Para evitar litígios com a PMI e ficar protegidos contra as ameaças de indenizações milionárias reclamadas pela empresa de tabaco, o novo governo considerou dispor medidas administrativas ou legislativas para retroceder nas políticas de controle do tabaco, diminuindo o tamanho das advertências sanitárias para 65% nas duas faces dos maços e tornando mais flexível a restrição de comercializar uma única apresentação por marca de cigarro.⁴

No entanto, a sociedade civil nacional e internacional manifestou-se contra o retrocesso nas políticas e ofereceu um forte apoio ao governo uruguaio para defender as medidas e enfrentar a PMI.

Inúmeras organizações internacionais de controle do tabaco, como a Aliança para a Convenção-

Quadro (Framework Convention Alliance), The Campaign for Tobacco Free Kids, The International Union Against Tuberculosis and Lung Disease, American Cancer Society, Corporate Accountability International, Inter American Heart Foundation e Michael Bloomberg, entre outras, ofereceram o seu apoio técnico e financeiro para que o país pudesse enfrentar o processo da empresa de tabaco. A Organização Mundial da Saúde e a Organização Pan-americana da Saúde também expressaram seu forte apoio à posição do Uruguai.

UyPress - Agencia Uruguaya de Noticias,
15/11/10





1 Vázquez desafiou A Philips Morris ontem e apoiou a José Mujica.
 FONTE: El Observador, 24/09/10

2 Uruguay não está sozinho contra a poderosa Philip Morris.
 FONTE: UyPress-Agencia Uruguaya de Noticias, 17/11/10

3 Gobierno "paralizado" por denuncia da Philip Morris.
 FONTE: 180.com.uy, 28/09/11

Ao mesmo tempo, a sociedade civil local, representada pelo Centro de Pesquisa para a Epidemia do Tabagismo (CIET) manifestou a sua oposição à possibilidade de reverter as medidas e ofereceu seu apoio ao governo para

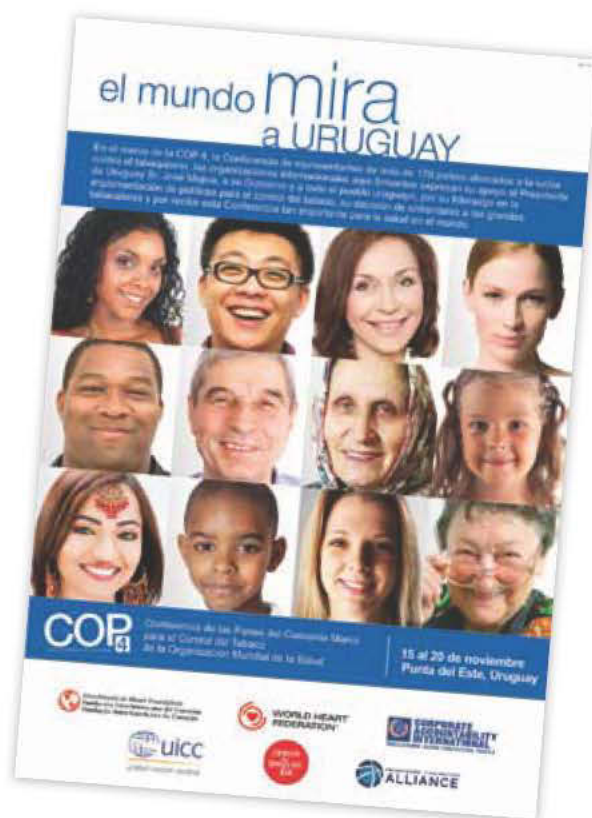
enfrentar a ação judicial. Em um comunicado enviado aos meios de comunicação, o CIET denunciou a existência de pressões da PMI ao governo para evitar a arbitragem em troca de uma regulamentação mais flexível.⁵

"Em meados deste mês, o Centro de Pesquisa para a Epidemia do Tabagismo (CIET) informou que o governo estava negociando uma saída com a Philip Morris para evitar o julgamento arbitral interposto pela empresa de tabaco e que, portanto, poderia flexibilizar a legislação antitabaco. «A ação judicial (interposta pela multinacional Philip Morris em fevereiro) nunca pretendeu ser levada adiante; a única intenção foi a de manipular o governo, exercendo pressão pelas despesas nas que o Estado incorreria para se defender», disse um comunicado publicado nestes dias pelo CIET"

FONTE: "Para Tabaré Vázquez, Mujica mostrou 'fraqueza'." El País, 26/07/10

A celebração da Quarta Conferência das Partes (COP 4)⁶ da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, realizada em solo uruguaio em novembro de 2010, também foi um grande impulso para que o governo local decidisse enfrentar a empresa de tabaco e defender as medidas adotadas durante o mandato anterior. Por este motivo, finalmente, todo o apoio oferecido pela comunidade nacional e internacional, dissuadiu o novo governo do Uruguai de reverter as políticas e convenceu-o de enfrentar a ação judicial.

Em julho de 2012, após dois anos de discussão sobre a jurisdição do caso, durante os quais o Uruguai alegou que não correspondiam as ações no tribunal internacional mas que a questão devia ser tratada em tribunais nacionais, o tribunal de arbitragem decidiu a favor do litígio no CIADI. Nos termos dessa decisão, em março de 2014 a empresa de tabaco Philip Morris apresentou seus argumentos ante o CIADI e espera-se que o Uruguai faça o mesmo em setembro de 2014.



As políticas de controle do tabaco no Uruguai após a ação judicial da Philip Morris

O caso da Philip Morris contra o Uruguai foi o primeiro de seu tipo: uma empresa de tabaco nunca havia processado um Estado com base em um tratado bilateral de investimento.⁷ Isto é significativo, porque após a reclamação da PMI que começou em 2010, o país não mostrou progressos significativos na adoção de novas políticas de controle do tabaco.

A única tentativa de avançar aconteceu em maio de 2012, quando o Ministério da Saúde afirmou publicamente a decisão de adotar uma política de proibição total de publicidade, promoção e patrocínio dos produtos do tabaco. Naquele momento, o ministério apresentou um projeto de lei, apoiado pelas organizações da sociedade civil, durante uma cerimônia no parlamento por ocasião da celebração do Dia Mundial Sem Tabaco.

No entanto, o projeto não foi tratado e apenas um ano depois, em junho de 2013, deu entrada na Comissão de Saúde do Senado, mas ainda está pendente de discussão nas câmaras.

De acordo com os líderes das organizações locais de controle do tabaco, a ação movida pela PMI contra o governo do Uruguai no início de 2010 colocou um freio na execução de outras políticas recomendadas pela CQCT. Pode-se argumentar que o objetivo da empresa de tabaco foi utilizar a estratégia judicial para intimidar o país e torná-lo mais flexível em suas decisões. A este respeito, é válido considerar que a razão para a ação judicial não foi o alegado prejuízo econômico da empresa pelas políticas implementadas pelo Uruguai (o

mercado uruguaio é muito pequeno em relação ao rendimento global da PMI e essa empresa possui no país apenas 10% de participação), mas um pretexto para dar uma mensagem e intimidar outros países, especialmente os países em desenvolvimento, e assim deter o progresso na implementação de políticas de controle do tabaco.

A comunidade internacional comprometida com o controle do tabaco está atenta ao caso da Philip Morris International contra o Uruguai. Definitivamente, um julgamento favorável às medidas para combater o tabagismo será um precedente de grande importância para a defesa da saúde pública em nível mundial.



**Março
2014**

▶ A PMI apresenta seu caso perante o CIADI.

▶ O tribunal de arbitragem decide promover o litígio da PMI contra o Uruguai.

**Julho
2012**

▶ A Quarta Conferência das Partes da CQCT é realizada no Uruguai.

▶ O Ministro da Saúde anunciou que, apesar da reclamação da PMI, o Uruguai não vai recuar com as medidas adotadas.

**Novembro
2010**

▶ O ex-presidente da República, o Dr. Tabaré Vázquez, denuncia que o atual governo está cedendo às pressões da PMI. A sociedade civil denuncia uma negociação entre a indústria do tabaco e o governo para não continuar com o processo no CIADI.
Julho 2010

**Julho
2010**

▶ O Ministro da Saúde anunciou que o Uruguai retrocederá em sua política de controle do tabaco: diminuirá a superfície das advertências sanitárias de 80% para 65% e permitirá mais de uma apresentação por marca comercial de cigarros.

**Fevereiro
2010**

▶ A Philip Morris apresentou uma reclamação contra o Uruguai perante o Centro Internacional para Arbitragem de Disputas sobre Investimentos (CIADI) do Banco Mundial.

NOTAS

- 1 - Fonte: Centro Nacional de Estadística (CNE), Censo 2011. Disponível em: <http://www.ine.gub.uy/censos2011/index.html> (Acesso em junho de 2014).
 - 2 - Fonte: Pesquisa Global de Tabagismo em Adultos (GATS), Organização Pan-americana da Saúde, 2009. Disponível em: <http://www2.paho.org/hq/dmdocuments/2010/GATS-URU-factsheet-SPANISH.pdf> (Acesso em junho de 2014).
 - 3 - Fonte: Conti, Dardo, "Economía y Desarrollo: consumo de tabaco y pobreza" (apresentação do CIET), 2012. Disponível em: http://cieturuguay.org/wp-content/uploads/2012/10/Econom%C3%ADa-y-desarrollo_abril-2012.pdf (Acesso em junho de 2014).
 - 4 - Ver: "Reducirán publicidad antitabaco", 180.com.uy, 24/07/10. Disponível em: <http://www.180.com.uy/articulo/Reduciran-publicidad-anti-tabaco> (Acesso em junho de 2014).
 - 5 - "Para Vázquez, Mujica mostró 'debilidad'" El País, 26/07/10. Disponível em: <http://historico.elpais.com.uy/100726/pnacio-504193/nacional/Para-Vazquez-Mujica-mostro-debilidad-/> (Acesso em junho de 2014).
 - 6 - Segundo a Organização Mundial da Saúde, "a Conferência das Partes (COP) é o órgão da Convenção-Quadro da OMS para o Controle do Tabaco e está composto por todos os Estados Partes da Convenção. Na COP, examina-se regularmente a implementação da Convenção e são adotadas as decisões necessárias para a sua implementação e protocolos, anexos e emendas ao tratado. Ver: <http://www.who.int/fctc/cop/es/> (Acesso em junho de 2014).
 - 7 - Após o caso do Uruguai, Austrália e Honduras também foram acionados judicialmente pela indústria do tabaco pela implementação de medidas de controle do tabaco.
-

PALAVRAS DE ENCERRAMENTO

Por Mariela Alderete

VICE-DIRETORA DA FUNDACIÓN INTERAMERICANA DEL CORAZÓN ARGENTINA
COORDENADORA DA INICIATIVA REGIONAL PARA MONITORAR E CONTRAPOR A
INDÚSTRIA DO TABACO

A iniciativa regional para monitorar e contrapor a indústria do tabaco representa uma grande oportunidade para conhecer detalhadamente as estratégias que esta indústria utiliza para obstaculizar as políticas de controle do tabaco na América Latina. Ao mesmo tempo, foi muito útil compartilhar as experiências das organizações civis comprometidas com a promoção das políticas de saúde.

O trabalho realizado desde 2010 no contexto da iniciativa facilitou a construção da capacidade para atuar em conjunto e antecipar-se às estratégias da indústria do tabaco na região. Também foi um fator fundamental para promover o intercâmbio de informação, fortalecer a relação entre as organizações da região e adquirir um conhecimento mais profundo sobre os processos de interferência utilizados pela indústria nos nossos países.

Neste contexto, o relatório “A saúde não é negociável. 2ª edição. A sociedade civil ante as estratégias da indústria do tabaco na América Latina. Casos de estudo 2014” é um marco para a nossa região, porque documenta os processos de interferência da indústria do tabaco em sete países (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Uruguai) e uma variedade de ações e estratégias lideradas pelas organizações da sociedade civil para enfrentar estas interferências e defender as políticas para o controle do tabaco. A partir do relatado pelas organizações participantes, é possível perceber o perfil cada vez mais enérgico e agressivo que desenvolveu a indústria do tabaco na região nos últimos anos e a maior visibilidade pública que adquiriu perante o avanço das leis que lutam contra o tabagismo.

O relatório expôs múltiplas estratégias utilizadas pelas empresas de tabaco para opor-se à sanção de legislações ou para obstaculizar sua

implementação. Neste ponto, podem ser mencionados: a criação de alianças com diferentes grupos de interesse para impedir o aumento dos impostos sobre os produtos do tabaco; as inovadoras estratégias para evitar as proibições de publicidade, principalmente nos pontos de venda; a explícita oposição à proibição de aditivos e saborizantes que utiliza os produtores de tabaco como grupo de fachada; e as demandas judiciais para intimidar e impedir a implementação de políticas, realizadas tanto contra governos como contra organizações da sociedade civil. Diante o avanço destas situações, as organizações sociais demonstraram ser um ator fundamental no monitoramento e na identificação das estratégias que utiliza a indústria do tabaco, em sua documentação e no desenvolvimento de ações e campanhas para denunciá-las e desacreditá-las publicamente.

Através dos estudos de caso é possível observar este processo, encontrar os pontos de contato entre os diferentes países, sistematizar as estratégias da indústria, conhecer as ações da sociedade civil para deter seu avanço, fortalecer o trabalho em rede entre os ativistas do controle do tabaco, aprender das experiências regionais e antecipar-nos a futuras ações.

Mesmo com a existência de particularidades próprias de cada país, as estratégias das empresas de tabaco e as ações para contrapô-las são processos que se replicam na região. O estudo de caso do México, por exemplo, destaca as múltiplas ações realizadas pela sociedade civil (como notas na imprensa, conferências e denúncias públicas) para impedir uma enganosa campanha da indústria do tabaco que viola a lei e é utilizada para difundir o falso argumento, disseminado pela indústria em todo o mundo, de que os impostos sobre o tabaco aumentariam o contrabando de cigarros. É possível observar ações da sociedade civil evidenciadas no relatório do México replicadas nos relatos das organizações dos diferentes países, que costumam colocar em prática estratégias em múltiplos níveis (legal, político e comunicativo) para defender as políticas públicas. Neste sentido, no relatório da Argentina, podemos observar como a sociedade civil utiliza os pedidos de acesso à informação pública como ferramenta legal para realizar o acompanhamento dos processos de tomada de decisão na discussão do regulamento da lei nacional de controle do tabaco com o fim de detectar a possível interferência da indústria neste processo e colocar em prática as medidas preventivas. Os pedidos de acesso à informação pública têm sido um recurso utilizado também na Colômbia para contrapor as ações da indústria do tabaco que violam a proibição completa de publicidade, promoção e patrocínio dos produtos do tabaco. Ao mesmo tempo, estes dois países trabalharam no monitoramento dos pontos de venda de cigarros e documentaram e denunciaram às autoridades as violações da indústria em relação à medida mencionada: na Colômbia, através dos jogos promocionais para estimular a venda de determinadas marcas por parte dos comerciantes varejistas e, na Argentina, através de anúncios publicitários chamativos que não cumprem com a regulamentação da lei de controle do tabaco. Em ambos os casos, a documentação das violações foi muito útil para fortalecer a implementação das leis.

O relato do Brasil é muito interessante para conhecer as estratégias para contrapor a ação judiciária apresentada pela indústria para deter a resolução que proíbe os saborizantes e aditivos nos cigarros: as organizações sociais se apresentaram como Amicus Curiae ao TSJ para defender a medida e acompanharam a ação legal de uma campanha pública que mostra como as empresas de tabaco utilizam os aditivos para promover o início precoce do consumo de cigarros por parte dos jovens, assim como a sua continuidade.

Do mesmo modo que no caso do Brasil, o relato do Peru é outro exemplo do uso de uma ação legal por parte da indústria para deter as políticas de controle do tabaco (desta vez contra uma lei para implementar ambientes 100% livres de fumaça em todos os espaços fechados de acesso públicos e lugares de trabalho) e de como a sociedade civil e os atores do governo comprometidos com a defesa do direito à saúde podem trabalhar em conjunto para contra-arrastá-la.

Na mesma linha que os anteriores, o Uruguai talvez seja o caso mais emblemático, no qual a sociedade civil, as autoridades do governo e a comunidade internacional uniram forças para enfrentar uma demanda da indústria do tabaco. O relato uruguaio expõe o processo através do qual uma das empresas de tabaco mais poderosas do mundo quis intimidar o Estado através de uma demanda milionária pela suposta violação de um tratado bilateral de comércio.

Além de evidenciar as estratégias legais da indústria do tabaco e suas ações sub-reptícias para violar a legislação em inúmeros países, o trabalho das organizações da sociedade civil também permitiu denunciar as relações das empresas de tabaco com o poder político. Isto é evidenciado no relato do Peru, onde são mostrados os vínculos entre as empresas de tabaco e um partido político; e também no Chile, onde a sociedade civil enfrentou o escandaloso lobby da indústria no Congresso Nacional através de denúncias públicas com muita repercussão. Além disso, este último caso destaca-se por abordar o avanço do país na implementação de mecanismos de transparência e de prestação de contas que obrigam as empresas de tabaco a declarar suas despesas em promoção, lobby e responsabilidade social. Esta medida inovadora é um exemplo que deve ser seguido pelos Estados para fortalecer a implementação do artigo 5.3 da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco.

O percurso através dos diferentes estudos de caso apresentados nesta publicação permite ver como as organizações da sociedade civil são fundamentais para expor e denunciar publicamente a indústria do tabaco quando tenta obstaculizar a adoção de medidas efetivas para lutar contra a epidemia do tabagismo.

Entretanto, não se deve perder de vista que a responsabilidade primária em relação à proteção da saúde é dos governos. São eles que devem impedir

ou anular as ações de interferência da indústria do tabaco nos processos de discussão e implementação de políticas públicas. O nosso compromisso como sociedade civil é continuar trabalhando para denunciar as empresas de tabaco que debilitam as políticas de saúde e fortalecer a relação com as autoridades de governo, já que isto permitirá garantir um progresso cada vez maior do controle do tabaco e avançar na proteção do direito à saúde da população da América Latina.

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

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
E-mail: institucional@ficargentina.org
www.ficargentina.org
[@ficargentina](https://facebook.com/ficargentina)

Aliança de Controle do Tabagismo (ACT) - Brasil

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
E-mail: act@actbr.org.br
www.actbr.org.br
facebook.com/ACTbr

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

Río Danubio 49, Col. Cuauhtémoc, Deleg. Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06500.
Tel: +52 55 5208-0020
E-mail: ficmexico@ficmexico.org
www.ficmexico.org
[@FICMexico](https://facebook.com/ficmexico.org)

Corporate Accountability International (CAI) - Colômbia

10 Milk Street, Suite 610. Boston, MA 02108. USA Escritório na América Latina: Cra. 68A No. 22A-75 C.3 Bogotá, Colombia
Tel:+57 31 14426404 www.stopcorporateabuse.org

Chile Libre de Tabaco

Iniciativa impulsada por Fundación Educación Popular en Salud (EPES)

General Koerner 38, Comuna El Bosque, Santiago, Chile
Tel: +56 2 2548 6021, 2548 7617
E-mail: info@chilelibredetabaco.cl
www.chilelibredetabaco.cl
facebook.com/redchilelibredetabaco
[@chilesintabaco](https://twitter.com/chilesintabaco)

**Comisión Nacional Permanente de Lucha Antitabáquica
(COLAT) - Peru**

Av. República de Colombia #435 - Dpto. H, San Isidro (Lima 27), Perú
Tel:+51 1 652 2020,652 2112
E-mail: infor@colat.pe
www.colat.pe
facebook.com/medios.colat

**Centro de Investigación para la Epidemia del Tabaquismo
(CIET) - Uruguay**

Soriano 1433, CP: 11200, Montevideo, Uruguay Tel:+598 91 716977 /+598 4542 3427 Correo electrónico: ciet.uy@gmail.com
www.cieturuguay.org

ISBN 978-987-28899-4-4



9 789872 889944



Com o apoio de:

