



Agência Nacional  
de Vigilância Sanitária

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA  
Gerência de Produtos Derivados do Tabaco  
DATAVISA

Nº Expediente: \_\_\_\_\_

Data 20 / 07 / 2011

Ofício nº. 046/2011/GPDТА/DIAGE/ANVISA

Rio de Janeiro, 19 de julho de 2011.

A  
Associação de Defesa da Saúde do Fumantes / ACTbr  
Rua Batataes, 602, cj 31, São Paulo - SP  
CEP: 01423-010

**Assunto:** Carta

Prezado Senhores,

Em resposta à solicitação da ADESF, cujo objeto é a Ação Civil Coletiva de nº 583.00.1995.523167-5, encaminhamos o Parecer Técnico 007/2011 da Gerência de Produtos Derivados do Tabaco.

Reiterando a mais alta estima e consideração, nos colocamos à disposição para qualquer informação adicional.

Atenciosamente,

  
Ana Claudia Bastos de Andrade

Ana Claudia B. de Andrade  
Siape 3454153  
Gerente (Substituta)  
GPDТА ANVISA

Gerente de Produtos Derivados do Tabaco

- Substituta -



**ASSOCIAÇÃO DE DEFESA DA SAÚDE DOS FUMANTES**

Fundada a 10/02/95

Declarada de Utilidade Pública Municipal pela Lei 3.247/99.

São Paulo, 30 de junho de 2011

À

**ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária**  
Gerencia de Produtos Derivados do Tabaco  
Avenida Graça Aranha, 206, 2º andar, Centro  
Rio de Janeiro – RJ  
CEP: 20030001

Prezados Senhores,

A **ADESF – ASSOCIAÇÃO DE DEFESA DA SAÚDE DOS FUMANTES**, entidade sem fins lucrativos, com sede à Av. Santo Antonio, 490, Mogi-Mirim, Estado de São Paulo, e a **ACT – ASSOCIAÇÃO DE CONTROLE DO TABAGISMO, PROMOÇÃO DA SAÚDE E DOS DIREITOS HUMANOS**, associação sem fins lucrativos inscrita no C.N.P.J/MF sob o n.º 08.658.766/0001-70, com sede na Rua Batataes, 602, cj. 31, São Paulo, SP, vêm, pela presente, expor e requerer o quanto segue:

A ADESF promove ação civil pública em face da Souza Cruz S.A e da Philip Morris Marketing S.A., processo no. **583.00.1995.523167-5**, em trâmite perante a 19ª Vara Cível do Foro Central da Comarca da Capital do Estado de São Paulo.

Em referida ação, após a sentença de procedência ter sido anulada pelo Tribunal de Justiça de São Paulo, os autos retornaram à vara de origem para a produção de prova pericial de publicidade e médica, **ora anexadas**, e cujo teor é de grande relevância, confirmando a tese da autora da ação.

Contudo, desprezando os laudos técnicos judiciais, a Juíza da 19ª Vara Cível da Capital do Estado de São Paulo, em recente decisão, julgou a ação improcedente, causando perplexidade não só à autora, mas à comunidade científica e à sociedade civil organizada (**sentença em anexo**).

Considerando que a ANVISA é a agência reguladora com competência para, dentre outras coisas, regulamentar, controlar e fiscalizar os produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública, entre eles, cigarros, cigarrilhas, charutos e qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco;

Recebido em 04 / 07 / 11  
Patiana Costa  
GPDTA/ANVISA



**ADESF**

**ACT br**  
Aliança de Controle do Tabagismo

**ASSOCIAÇÃO DE DEFESA DA SAÚDE DOS FUMANTES**

Fundada a 10/02/95

Declarada de Utilidade Pública Municipal pela Lei 3.247/99.

Considerando, ainda, que a ação judicial movida pela ADESF tem por fundamento práticas abusivas e enganosas de publicidade perpetradas pelas empresas co-rés e que, posteriormente à propositura da ação, passaram a ser cada vez mais objeto de leis e regulamentações;

Considerando, finalmente, que a decisão final da ação tem relevância não só para as vítimas do tabagismo, mas para a saúde pública como um todo e para as políticas públicas de saúde adotadas no Brasil,

Servimo-nos da presente para **requerer** a manifestação da ANVISA sobre a sentença recém-lançada de modo a contribuir para que o Poder Judiciário bem possa decidir quando julgar o recurso de apelação respectivo.

Solicitamos que a manifestação seja enviada para ACT, à Rua Batataes, 602, cj. 31, São Paulo, SP, CEP 01423-100.

A manifestação da ANVISA é de extrema importância e com certeza contribuirá para a formação da convicção dos magistrados.

Gostaríamos apenas de alertá-los que o prazo para apresentação de recurso de apelação deverá esgotar-se em meados de julho.

No aguardo de suas prezadas providências, e colocando-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos, subscrevemo-nos,

Atenciosamente,

MÁRIO ALBANESE  
Presidente da ADESF

PAULA JOHNS  
Diretora da ACT

## **PARECER TÉCNICO Nº 007/2011 – GPDTA**

Assunto: **Ação Civil Coletiva de nº 583.00.1995.523167-5 - ADESF**

### **A – DA ANÁLISE**

1. Trata-se de solicitação da Associação de Defesa da Saúde do Fumante - ADESF para manifestação da ANVISA perante a Ação Civil Coletiva de nº 583.00.1995.523167-5, em curso na 19ª Vara Cível da Comarca de São Paulo, em desfavor das empresas Philip Morris Marketing S.A. e Souza Cruz S.A., que objetiva impugnar a sentença prolatada em 25 de maio de 2011. Foram recebidos também os laudos periciais referentes à ação.

### **B – ATRIBUIÇÕES LEGAIS DA ANVISA NO CONTROLE DO TABACO**

2. A Lei 9.782, de 26 de janeiro de 1999, define a finalidade institucional da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, deste modo:

*Art. 6º A Agência terá por finalidade institucional promover a proteção da saúde da população, por intermédio do controle sanitário da produção e da comercialização de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados, bem como o controle de portos, aeroportos e de fronteiras.*

3. E, para o cumprimento de sua finalidade institucional, legalmente estabelecida, preceitua o mesmo diploma normativo que lhe confere no seu artigo 8º:



*Art. 8º Incumbe à Agência, respeitada a legislação em vigor, regulamentar, controlar e fiscalizar os produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública.*

*§ 1º Consideram-se bens e produtos submetidos ao controle e fiscalização sanitária pela Agência:*

*(...)*

*X - cigarros, cigarrilhas, charutos e qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco;*

## **C – DA ANÁLISE DA SENTENÇA**

### **C.1 – AS INVEROSSÍMEIS DECLARAÇÕES DAS RÉS**

4. A sentença cita as afirmações das rés:

*"... alegou não aumentar os níveis de nicotina de seus cigarros ou incentivar o consumo por menores."*

*"...Não há provas científicas do vício causado pelo cigarro, tanto que muitas pessoas param de fumar sem auxílio profissional, sendo, portanto, apenas um hábito."*

*"A decisão de fumar é consciente."*

*"É fato notório a controvérsia sobre o fumo e o alegado efeito viciante da nicotina."*

*"negou a possibilidade de vício pela nicotina e defendeu que fumar é hábito e não vício. A escolha entre fumar ou não, manter o hábito ou largá-lo é uma opção pessoal, de livre escolha. Fumar é uma atividade voluntária do fumante, que pode abandonar o cigarro quando quiser."*

5. Em relação à manipulação dos níveis de nicotina as próprias rés, em seus documentos internos disponibilizados por força de ação judicial da justiça dos EUA, afirmam que, deliberadamente, manipulam os níveis de nicotina, cujo objetivo é gerar e manter a dependência à nicotina.



6. A manipulação da nicotina no produto pode ser entendida como o uso de alta tecnologia para alterar a concentração e/ou a disponibilidade de nicotina.

7. A literatura demonstra diversas maneiras pelas quais a nicotina pode ser manipulada, a saber: a manipulação genética das plantas de tabaco, a manipulação de açúcares, a alteração no pH da fumaça ou a utilização de aditivos para potencializar os efeitos da nicotina<sup>1 2 3 4</sup>. Paradoxalmente, a maior fonte de informações sobre as técnicas de manipulação dos níveis de nicotina vêm dos documentos internos da indústria do tabaco.

8. Os principais objetivos da manipulação da nicotina são a manutenção da dependência, a prevenção da cessação, a possibilidade da utilização de folhas de tabaco de baixa qualidade e ainda, a manutenção da satisfação do consumidor<sup>5 6 7</sup>.

9. Uma das maneiras encontradas para manipular os níveis de nicotina seria o uso do fosfato de diamônio (DAP) pela empresa Phillip Morris, cujo objetivo seria dar ao fumante um impacto da nicotina mais rápido após a primeira tragada e ainda melhorar o sabor da fumaça. Em meados da década de 1970 esta técnica começou a ser utilizada nas marcas Marlboro e Merit. Concomitantemente, as vendas destas marcas subiram no mesmo

<sup>1</sup> I.† David Tannenbaum Smoking Guns II: Nicotine Manipulation Multinational Monitor, July/August, 1998; Volume 19, Number 7 & 8

<sup>2</sup> P. Lipiello, R.J. Reynolds RDM89 267. Enhancement of Nicotine Binding to Nicotinic Receptors by Nicotine Levulinate and Levulinic Acid Scientific report. 27 pp. September 25, 1989. Bates No. 508295794/5820

<sup>3</sup> Talhout R, Opperhuizen A, Amsterdam JGC. Sugars as tobacco ingredient: Effects on mainstream smoke composition. Food and Chemical Toxicology 44 (2006) 1789–1798.

<sup>4</sup> Rabinoff M, Caskey N, Rissling A, Park C. Pharmacological and Chemical Effects of Cigarette Additives. American Journal of Public Health. Nov 2007, Vol 97, No. 11.

<sup>5</sup> U.S. Food and Drug Administration Federal Register Part II 21 CFR Part 801, ET AL. Regulations restricting the sale and distribution of cigarettes and smokeless tobacco to protect children and adolescents, Final Rule, Published regulation, August 28, 1996. 83 pp. Philip Morris Bates No. 2072325873/5955, at PDF page #16

<sup>6</sup> Doug Campbell Documents discuss nicotine levels and marketing to teens Newspaper article. Greensboro News and Record; June 28, 1998. Lorillard Bates No. 86591895/1904 at pages 3 and 4

<sup>7</sup> R.J. Reynolds [http://legacy.library.ucsf.edu/tid/rlq93d00 REST Process Program, July 31, 1992 (920731). Report. 7 pp. July 31, 1992. Bates No. 508400881/0887



período o que chamou a atenção de seus concorrentes<sup>8</sup>. Este projeto foi batizado pela empresa de "Project 0170"<sup>9</sup>.

10. A empresa British and American Tobacco (BAT) - dona da empresa Souza Cruz - e a empresa RJ Reynolds (cuja principal acionista é a BAT<sup>10</sup>), identificaram a utilização do DAP e concluíram que o aumento nas vendas do Marlboro ocorria por conta da adição do DAP. Após estas conclusões passaram a utilizar o mesmo composto em seus cigarros<sup>11 12</sup>.

11. Outro processo interessante relativo à manipulação dos níveis de nicotina é o projeto "REST - Reestablishment of Solubles within Tobacco." - da empresa RJ Reynolds. O processo REST objetivava utilizar tabacos de baixo custo, sem que as quantidades de nicotina entregues ao fumante fossem alteradas<sup>13 14</sup>. Nos documentos relativos ao processo REST a empresa reconhece que seu negócio, basicamente, se trata da venda da nicotina.

12. A BAT também estudou processos de manipulação da nicotina, chamado de tecnologia "ROOT". A empresa da mesma forma que outras utilizou o DAP para otimizar a entrega de nicotina ao fumante<sup>15</sup>.

13. A BAT, utilizando sua subsidiária americana - Brown & Williamson -, também estudou a utilização de plantas de tabaco geneticamente alteradas para produzir mais nicotina: o denominado "tabaco Y-1". As sementes destas plantas foram trazidas para o Brasil, sem qualquer tipo de notificação às autoridades competentes de ambos os

<sup>8</sup> Terrell Stevenson, BA, and Robert N. Proctor, PhD The SECRET and SOUL of Marlboro: Phillip Morris and the Origins, Spread, and Denial of Nicotine Freebasing American Journal of Public Health, July, 2008; 98(7): Pp. 1184-1194

<sup>9</sup> Source Watch - Project 0170 - [http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Project\\_0170](http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Project_0170)

<sup>10</sup> Wikipedia - R. J. Reynolds Tobacco Company - [http://pt.wikipedia.org/wiki/R.\\_J.\\_Reynolds\\_Tobacco\\_Company](http://pt.wikipedia.org/wiki/R._J._Reynolds_Tobacco_Company)

<sup>11</sup> M. Coleman, British American Tobacco Report on Root technology Report. 47 pp. November 26, 1991. Bates No. 402444072/4118

<sup>12</sup> Claud E. Teague, Jr., R.J. Reynolds Implications and Activities Arising From Correlation of Smoke Ph with Nicotine Impact, Other Smoke Qualities, and Cigarette Sales. Scientific report. 29 pages. October, 1993. Bates No. 500917506/7534

<sup>13</sup> Fagg B, R.J. Reynolds Tobacco and Smoke Chemistry "REST" Process - (Reestablishment of Solubles in Tobacco) March 22, 1990. Bates No. 511900843/0844

<sup>14</sup> R.J. Reynolds. REST Process Program, July 31, 1992. Report. 7 pp. July 31, 1992. Bates No. 508400881/0887, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/rlq93d00>

<sup>15</sup> Brown & Williamson - Root Technology & Reconstituted - sem data, Bates No 602003686/3700

países, e cultivadas por aqui no início dos anos 1990. Roger Black, ex-funcionário da empresa admitiu que em 1992 a B&W utilizou este tipo de fumo em seus cigarros, contudo em 1994 os executivos da empresa ordenaram que este processo fosse interrompido por medo da repercussão, caso o assunto viesse a público <sup>16 17</sup>.

14. Em resumo, desde a década de 70 a Indústria do Tabaco vem manipulando, deliberadamente, os níveis de nicotina em seus cigarros. No processo em epígrafe fica clara a pretensão de parecer o contrário no afirmado pelas rés.

15. Em relação à venda a menores, esta alegação também é desmentida pelas próprias rés em seus documentos internos bem como por diversas pesquisas científicas realizadas na área. Contudo, cabe mencionar que o laudo pericial do processo em tela aponta de forma bastante clara como a Indústria do Tabaco utilizou a propaganda para influenciar crianças e adolescentes na dependência da nicotina, desmentindo a afirmação das rés. Por considerarmos que o tema foi muito bem abordado na perícia, não estenderemos a discussão sobre os efeitos da propaganda na população. Contudo, entendemos que os argumentos utilizados não foram capazes de sensibilizar o Poder Judiciário.

16. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a epidemia do tabagismo possui uma característica única, pois o vetor da doença é a própria indústria do tabaco. Ainda, de acordo com a OMS, a indústria do tabaco tem direcionado todos os seus esforços de venda aos jovens, uma vez que necessita repor seus consumidores que morrem ou param de fumar <sup>18 19</sup>.

<sup>16</sup> Brown & Williamson - Brown & Williamson Used Y-1 Tobacco, Executive Testifies. March 16, 1998 Bates No 157000049-157000050

<http://legacy.library.ucsf.edu/tid/ygx77h00/pdf?search=%22y%201%20tobacco%22Associated>

<sup>17</sup> J. Vicini U.S. government brings first tobacco criminal charges Reuters Financial Report. January 7, 1998. Bates No. 522608892/8893

<sup>18</sup> World Health Organization - WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva, World Health Organization, 2008.

<sup>19</sup> American Heart Association. Tobacco Industry's Targeting of Youth, Minorities and Women <http://www.americanheart.org/presenter.jhtml?identifier=11226> (acessado em julho de 2011).

17. As evidências científicas apontam também para o fato de que quanto mais jovem o fumante se inicia no tabagismo mais rapidamente ele se torna um fumante regular e possui maior dificuldade para parar de fumar<sup>20 21 22</sup>. É importante frisar que documentos internos das próprias indústrias do tabaco confirmam a utilização desta estratégia<sup>23</sup>.

18. Conforme colocado no próprio laudo pericial, a propaganda sozinha não responde todas as perguntas em torno do tema dependência do tabaco. Há que se levar em consideração outros dados igualmente importantes que apontam os responsáveis por estimular o uso de produtos derivados do tabaco em crianças e adolescentes. Conforme apresentado abaixo:

- a. A Organização Mundial da Saúde considera o tabagismo uma doença pediátrica, pois a grande maioria dos fumantes começa a fumar antes dos 18 anos. Estima-se (OMS) que cerca de 90 mil crianças começam a fumar todos os dias, principalmente nos países pobres e de renda média<sup>24 25</sup>.
- b. A Indústria do Tabaco manipula seus produtos para que apresentem sabores atrativos para crianças e jovens e para que sua fumaça seja menos irritante e, conseqüentemente, de

<sup>20</sup> Chen J, Millar WJ. Age of smoking initiation: implications for quitting. *Health Reports*, 1998, 9(4):39–46.

<sup>21</sup> Breslau N, Peterson EL. Smoking cessation in young adults: age at initiation of cigarette smoking and other suspected influences. *American Journal of Public Health*, 1996, February, 86(2):214–220.

<sup>22</sup> 14 Khuder SA, Dayal HH, Mutgi AB. Age at smoking onset and its effect on smoking cessation. *Addictive Behaviors*, 1999, 24(5):673–677.

*American Journal of Public Health*. Nov 2007, Vol 97, No. 11.

<sup>23</sup> Legacy Tobacco Documents Library - RJ Reynolds Tobacco Company Co. Research planning memorandum On Some thoughts about new brands of cigarettes for the youth market. 2 fev 1973. Bates No. 502987357/7368. Disponível em: <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/pny62d00>.

<sup>24</sup> World Health Organization. Regional Office for the Western Pacific (WHO/WPRO). Smoking Statistics. 28 may 2002. Disponível em: [http://www.wpro.who.int/media\\_centre/fact\\_sheets/fs\\_20020528.htm](http://www.wpro.who.int/media_centre/fact_sheets/fs_20020528.htm). Acessado em julho de 2011.

<sup>25</sup> World Health Organization. Tobacco Use By Children: "A Paediatric Disease". Fact Sheet N° 197 May 1998. Disponível em: [http://whqlibdoc.who.int/fact\\_sheet/1998/FS\\_197\\_eng.pdf](http://whqlibdoc.who.int/fact_sheet/1998/FS_197_eng.pdf) (acessado em julho de 2011).

mais fácil aceitação pelo fumante iniciante<sup>26 27 28 29 30 31 32 33 34</sup>  
35

- c. Como exemplo de pensamento do setor sobre as crianças e adolescentes podemos citar o trecho de um relatório interno da Indústria do Tabaco sobre a importância dos jovens para seu negócio<sup>36</sup>

*"Realisticamente, se nossa a companhia quer sobreviver e prosperar no longo prazo, devemos aumentar nossa participação participar no mercado jovem. Em minha opinião isso irá demandar novas marcas confeccionadas ao público jovem."*

*Documento interno da RJ Reynolds - 1973*

19. Logo a afirmação de que as empresas não direcionam a venda de seus produtos a crianças e adolescentes não encontra respaldo nem mesmo em seus próprios documentos.

<sup>26</sup> Kreslake JM, Wayne GF, Alpert HR, Koh HK, Connolly GN. Tobacco industry control of menthol in cigarettes and targeting of adolescents and young adults. [Journal Article, Research Support, N.I.H., Extramural, Research Support, Non-U.S. Gov't Am J Public Health 2008 Sep; 98(9):1685-92.

<sup>27</sup> Legacy Tobacco Documents Library - RJ Reynolds Tobacco Company Co. Research planning memorandum On Some thoughts about new brands of cigarettes for the youth market. 2 fev 1973. Bates No. 502987357/7368. Disponível em: <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/pny62d00>.

<sup>28</sup> Legacy Tobacco Documents Library - The Importance of Younger Adults. R. J. Reynolds. Bates No. 503418151/8156. Disponível em <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/eyn18c00/pdf;jsessionid=BFC952B34D09BA1779E309E340AA01C9>.

<sup>29</sup> Legacy Tobacco Documents Library. Qualitative Research on Menthol / Nonmenthol Smokers. 1991. Philip Morris Bates No 2057096413. Disponível em: <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/wup96e00/pdf>

<sup>30</sup> Lewis MJ, Wackowski O. Dealing with an innovative industry: a look at flavored cigarettes promoted by mainstream brands. Am J Public Health. 2006 Feb;96(2):244-51. Epub 2005 Dec 27.

<sup>31</sup> Pierce JP, Choi WS, Gilpin EA, Farkas AJ, Berry CC. Tobacco Industry Promotion of Cigarettes and Adolescent Smoking. JAMA. 1998;279(7):511-515

<sup>32</sup> U.S. Food and Drug Administration, "Flavored Tobacco Product Fact Sheet", September 22, 2009. Disponível em: <http://www.fda.gov/TobaccoProducts/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/FlavoredTobacco/ucm183198.htm>

<sup>33</sup> Legacy Tobacco Documents Library - British - American Tobacco Technology Centre. Industrial Training Year at: British-American Tobacco Technology Centre. Bates 403655592-403655632. Disponível em: <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/fqa64a99/pdf>.

<sup>34</sup> Wayne GF, Connolly GN. How cigarette design can affect youth initiation into smoking: Camel cigarettes 1983-93. Tob. Control 2002;11;i32-i39

<sup>35</sup> Legacy Tobacco Documents Library - Marketing Innovations, "Youth Cigarette -New Concepts," Memo to Brown & Williamson, September 1972, Bates No.170042014. Disponível em: <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/ons56b00/pdf>

<sup>36</sup> Legacy Tobacco Documents Library - RJ Reynolds Tobacco Company Co. Research planning memorandum On Some thoughts about new brands of cigarettes for the youth market. 2 fev 1973.

20. A afirmação de que a nicotina não causaria dependência, foi analisada em profundidade no laudo pericial anexado ao processo, não restando qualquer dúvida que se trata de substância psicoativa e causa dependência.

21. O que causa espanto é, mais uma vez, as rés afirmarem em juízo um fato que já era de seu conhecimento muito antes da ação judicial em tela, conforme pode ser observado em documento compilado a partir dos documentos internos da Indústria do Tabaco, pela Organização *Tobacco Free Kids*, intitulado "Tobacco Company Quotes: Nicotine as a Drug"<sup>37</sup> onde claramente a questão da dependência à nicotina, não somente é conhecida, mas como também explorada para garantir os lucros destas empresas. Abaixo seguem algumas citações da própria Indústria do Tabaco (tradução livre e grifos dados na referência):

*"Pessoas diferentes fumam por razões diferentes, contudo a razão primária é a liberação de nicotina em seus corpos... Compostos químicos orgânicos similares incluem a nicotina, quinina, cocaína, atropina e a morfina". 1992 Memo from Barbara Reuter, director of portfolio management for Philip Morris' domestic tobacco business*

*"Nós temos então como primeira, que a motivação primária para fumar é de se obter os efeitos farmacológicos da nicotina" (#1003287036-48) 1969 Philip Morris draft report by Thomas Osdene entitled "Why One Smokes"*

"Nós atualmente possuímos conhecimentos sobre os efeitos da nicotina muito mais extensos do que aqueles existentes na literatura científica... Por boas razões

---

<sup>37</sup> Tobacco Free Kids - Tobacco Company Quotes: Nicotine as a Drug, disponível em [www.tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0009.pdf](http://www.tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0009.pdf)



devemos manter os resultados do trabalho do Battelle em alto nível de confidencialidade". **BAT memo, "The Effects Of Smoking, Proposal For Further Research Contracts With Battelle," by Sir Charles Ellis, director of research, 2/13/62**

22. Como se pode perceber as rés sabiam desde a década de 1960 que a nicotina era um agente que causava dependência, utilizaram esta informação por décadas, contudo manifestaram-se em juízo afirmando que a mesma não causava dependência.

23. Logo o estímulo para menores fumarem, a manipulação dos níveis de nicotina e seu potencial aditivo tornam a afirmação de que fumar é fruto da livre escolha dos fumantes inverídica. Ressalte-se que por ser considerada uma doença pediátrica, ou seja, que a maioria dos fumantes começa a fumar antes dos 18 anos de idade, a tese da liberdade de escolha perde completamente o sentido.

24. Somando-se a isso a Indústria do Tabaco já sabia desde a década de 1960 que fumar era um fator de risco para o câncer e outras doenças <sup>38</sup>. Contudo, até o ano 2000 negaram peremptoriamente qualquer associação entre fumar e adoecimento. Como demonstração clara da preocupação da própria Indústria do Tabaco quanto aos malefícios de seus produtos o setor organizou um evento para discutir os "benefícios do tabaco"<sup>39</sup>. Logo, qualquer informação que negue os efeitos adversos do tabaco, principalmente se advinda da Indústria do Tabaco, após a década de 1960, ou ainda sobre o binômio "saúde e fumo" é desmentida por seus próprios documentos internos.

25. Merece ser ressaltado aqui que a Indústria do Tabaco já foi condenada nos Estados Unidos da América por violação da legislação que

---

<sup>38</sup> Tobacco Legacy Documents Library – Popular Documents – Tobacco and Health, disponível em [http://legacy.library.ucsf.edu/resources/tobacco\\_health.ppt](http://legacy.library.ucsf.edu/resources/tobacco_health.ppt)

<sup>39</sup> Idem 38



trata do crime organizado, extorsão e organizações corruptas <sup>40</sup>. A M.M. Juíza, em sua sentença, condenou 11 empresas que fabricavam cigarros (incluindo-se a Phillip Morris e a BAT) por terem enganado o poder público e seus consumidores nas mais diversas áreas, como por exemplo: os danos associados ao tabagismo, a manipulação dos níveis de nicotina, a capacidade de causar dependência da nicotina, o marketing para jovens e os efeitos do fumo passivo <sup>41</sup>.

## **D – DA SENTENÇA**

### **D.1 – CONSIDERAÇÕES SOBRE O RISCO**

26. Do ponto vista científico, a sentença proferida é questionável, pois acata a versão das rés que tenta desqualificar toda a ciência do risco, por afirmar que o cigarro é um “mero fator de risco (probabilidade)”. A Douta Julgadora não levou em conta em sua análise que existem diferentes graduações de risco e que este pode inclusive ser quantificado. Quando o Poder Judiciário afirma que a análise dos fatores, principalmente aqueles considerados com alto grau de risco, como “meros”, na verdade esvazia não somente a ciência epidemiológica ligada às doenças tabaco-relacionadas, mas a todo um campo científico que norteia, há anos, a tomada de decisões sobre políticas públicas em todo mundo nas mais diversas áreas.

27. Com intuito de exemplificar melhor o que significa do ponto de vista científico a lógica empregada na sentença em tela, poderíamos utilizá-la para desobrigar o fornecimento de equipamentos de proteção individual (EPI) aos trabalhadores na construção civil, pois a queda de um tijolo é um “mero fator de risco”.

28. Da mesma forma o mesmo argumento poderia ser utilizado para que todo medicamento pudesse ser comercializado, sem qualquer

---

<sup>40</sup> Tobacco Control Legal Consortium. O Veredicto Final: Trechos do Processo Estados Unidos X Philip Morris. – tradução: Aliança de Controle do Tabagismo (ACTBr), Disponível em: <http://actbr.org.br/biblioteca/publicacoes.asp>

<sup>41</sup> Idem 40

controle, pois seus efeitos adversos também seriam "meros fatores de risco".

29. Ainda utilizando a lógica empregada, as campanhas de vacinação para a poliomielite também não seriam importantes, pois o vírus da poliomielite seria um "mero fator de risco", dentre todas as possíveis causas de problemas motores e de locomoção.

30. Importante lembrar também a Lei 8080/1990 em seu artigo 6º §1º dispõe:

*§ 1º Entende-se por vigilância sanitária um conjunto de ações **capaz de eliminar, diminuir ou prevenir riscos à saúde** e de intervir nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção e circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde, abrangendo: (grifo dado)*

31. Do ponto de vista da saúde pública, e de sua legislação, o tratamento dado pelo Poder Judiciário ao cigarro como "mero fator de risco" de doenças, é uma lógica completamente aberrante e dissonante que deixaria a população entregue à própria sorte e aos "meros fatores de risco".

32. A sentença do ponto de vista científico pode ser lida como uma indicação de que se ter mais conhecimento, de que a ciência independente de seu tempo, mesmo sabendo que suas ações ou produtos causam sofrimento e adoecimento as pessoas, a doura Justiça jamais alcançará aqueles que possuem muitos recursos, mesmo que adquiridos com a morte e o sofrimento das pessoas.



## D.2 – CONSIDERAÇÕES SOBRE A PROPAGANDA

33. O marketing publicitário, incluindo a publicidade e/ou propaganda comercial, existe para estimular o consumo de bens e serviços. Sua influência no comportamento das pessoas é inquestionável.

34. O Título VIII da Constituição Federal reservou o Capítulo V para estabelecer princípios e regras acerca da comunicação social no Brasil. O art. 220 dispõe:

*"Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.*

*(...)*

*§3º - Compete à lei federal: (...)*

*II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.*

*§ 4º - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso."*



## D.2 – CONSIDERAÇÕES SOBRE A PROPAGANDA

33. O marketing publicitário, incluindo a publicidade e/ou propaganda comercial, existe para estimular o consumo de bens e serviços. Sua influência no comportamento das pessoas é inquestionável.

34. O Título VIII da Constituição Federal reservou o Capítulo V para estabelecer princípios e regras acerca da comunicação social no Brasil. O art. 220 dispõe:

*"Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.*

*(...)*

*§3º - Compete à lei federal: (...)*

*II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.*

*§ 4º - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterà, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso."*



35. A Carta Magna trouxe, portanto, uma diretriz a ser seguida pelos Poderes Públicos, no sentido de se restringir a propaganda comercial de produtos derivados do tabaco. Neste sentido, o art. 220, 4º, da CF/1988 restringe a propaganda de tabaco, ciente o legislador constituinte dos riscos de seu consumo.

36. Indiscutível, e até mesmo a partir do laudo pericial parte do processo, que tanto a propaganda quanto a promoção do tabaco representam grande interferência nos esforços do governo em informar o público sobre os efeitos danosos causados pelo tabaco, uma vez que desviam a atenção da população, o que fragiliza as estratégias governamentais na adoção de políticas mais efetivas. Em contrapartida, as indústrias são veementes ao negar que a propaganda e a promoção de tabaco incentivam o consumo, apesar de investirem milhões em propaganda e marketing, muito mais do que em pesquisa sobre o produto em si.

37. Diversos estudos demonstram que após a restrição das propagandas à parte interna dos pontos de venda, com a publicação da Lei 9294/96 e suas alterações, as empresas de tabaco começaram a investir maciçamente em outros meios para a publicidade e promoção dos seus produtos e, com isto, as embalagens tornaram-se uma das mais importantes ferramentas para este fim. As embalagens são atualmente um dos componentes mais importantes para a promoção e a propaganda da marca do produto para novos usuários, que em sua maioria é formada por jovens entre 14 e 19 anos.<sup>42 43</sup>

38. Recentes estudos dos documentos internos da própria indústria do tabaco comprovam que essas mesmas indústrias, há muito tempo, reconhecem e utilizam a embalagem do produto como elemento de propaganda. Além disto, quando a embalagem de cigarro é retirada do

---

<sup>42</sup> CEBRID, 2004

<sup>43</sup> PADUANI, G. F. et al. 2008



bolso e aberta é vista e associada à identidade do fumante<sup>44</sup>. Como a embalagem não é imediatamente descartada, já que o fumante a retém, é constantemente manuseada, até o último cigarro. Desse modo, a embalagem passa a ser o melhor veículo de propaganda da marca<sup>45</sup>.

39. Vale salientar aqui que tais embalagens são cuidadosamente elaboradas para vender produtos que, se consumidos como desejam os fabricantes, causam dependência e matam pelo menos metade de seus usuários<sup>46</sup>.

40. Além disto, de acordo com autoridades de saúde pública, a capacidade dos produtos derivados do tabaco causar dependência é influenciada por vários fatores, dentre os quais, a dose, a rota de administração, os ingredientes, os aditivos e os aromatizantes utilizados na sua composição e, **em especial, a "atratividade" da embalagem**<sup>47</sup>.

41. A preocupação com a propaganda ou a publicidade dos produtos derivados do tabaco está baseada na premissa de que tal atividade incentiva a iniciação do uso e estimula o consumo do tabaco, especialmente entre os mais jovens, e retarda os esforços para a cessação, particularmente entre os adultos.

42. O tabaco é um produto que causa dependência e morte. Não há que se sobrepor a liberdade de expressão comercial à garantia da saúde e da qualidade de vida da população, conforme assegura a Constituição Federal nos seus artigos 5º inciso XXXII, 6º, 196 e 220 dentre outras legislações pertinentes.

43. A prática da indústria de tabaco, com respaldo na tese da liberdade de expressão, de promover seus produtos por meio de propagandas

---

<sup>44</sup> GITTELSON, J. et al., 1999

<sup>45</sup> DIFRANZA JR, E. J. J, et al. 1994

<sup>46</sup> A Revolução das imagens. Revista Exame. 2005 Abr 27

<sup>47</sup> Action on Smoking and Health (ASH). Why Low Tar Cigarettes Don't Work and How the Tobacco Industry Has Fooled the Smoking Public. 1999 Edition

enganosas afronta a dignidade humana, pois atrai diariamente milhares de adolescentes para o consumo de um produto que os torna prisioneiros e que, gradualmente, destrói sua saúde, sua capacidade e sua vida. Aviltante à dignidade humana é a verdadeira face do consumo que as pessoas pretendem não enxergar e que tem sido, intencionalmente, afastada do imaginário coletivo por meio de belas imagens promovidas pela indústria de tabaco. "Uma realidade triste e crua confinada ao silêncio dos corredores e dos leitos das várias instituições de saúde desse país, que nos faz pensar que estamos diante de uma situação de genocídio lento e disfarçado pela propaganda e pelo marketing do tabaco", como bem descreve a Divisão de Controle do Tabagismo do INCA.

44. Atualmente, além da restrição de propaganda comercial dos produtos derivados do tabaco, esta deve ajustar-se aos seguintes princípios: I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas; II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito similar; III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes; IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo; VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (Art. 3º da L. 9294/96)

45. Não obstante, as Rés ainda praticam meio de publicidade para estimular o consumo desses produtos, contrariando disposições dadas na Lei nº 9.294, de 02 de julho de 1996, e suas alterações, regulamentada pela RDC 15/03 e RDC 335/03 que definem as restrições na propaganda de produtos derivados do tabaco.



46. Tal prática abusiva resta demonstrada nas várias autuações realizadas em sede de fiscalização sanitária, cujas infrações cometidas pelas Rés versam sobre as irregularidades na propaganda, promoção e publicidade dos produtos derivados do tabaco, em processos administrativos sanitários julgados e em curso, na ANVISA.

### **E – CONSIDERAÇÕES FINAIS**

47. É sabido que o consumo dos produtos derivados do tabaco, qualquer que seja a sua natureza, não traz benefício algum para quem o consome. Ao contrário, e que mui pesarosamente, foi tratado na sentença em questão, como “**mero fator de risco**”, trás doenças graves, dor e sofrimento, além de grandes prejuízos para toda a sociedade. Em que pese a saúde como um **direito fundamental** de toda pessoa e um **dever do Estado**, a consideração de critérios éticos para a avaliação da conduta humana, permeada da sua dignidade, torna-se absolutamente necessária, para que a saúde da população esteja entre as prioridades na utilização de recursos disponíveis, no avanço da ciência e da tecnologia e que tenham como parâmetro de validade o benefício do ser humano. Só o binômio “ética e saúde pública” poderá impedir que graves prejuízos à saúde de milhões de pessoas sejam impostos em nome de pretensos avanços tecnológicos.

48. Desnecessário pontuar que o Brasil é ratificador da Convenção Quadro da OMS para o Controle do Tabaco (CQCT) por meio do Decreto 5658/2006. A CQCT é o primeiro Tratado Internacional de Saúde Pública, e tem por principal objetivo preservar as gerações, presentes e futuras, das devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas do consumo e da exposição à fumaça do tabaco. Assim, qualquer política pública de proteção à saúde, principalmente a Política Nacional de Controle do Tabaco, tem buscado cada vez mais, por meio de dados técnicos e

f

científicos, intensificar as normas que restringem o consumo e a promoção do tabaco.

49. Tratando-se de produtos derivados do tabaco, a utilização maciça de estratégias mercadológicas com o intuito de estimular a venda de cigarros deve ser ponderada e avaliada de maneira bastante criteriosa, visto que estes não podem ser considerados como simples bens de consumo uma vez que constituem risco inerente à saúde pública.

50. Menos ainda há que se falar em "livre arbítrio do consumidor" de produtos derivados do tabaco, em razão de que parte dos sintomas induzidos pela nicotina é semelhante ao de drogas como a cocaína e a heroína, como foi bem pontuado no quesito do laudo pericial.

51. Em uma avaliação minuciosa, as técnicas de publicidade cada vez mais sutis utilizadas pela indústria do tabaco demonstram claramente a prática de abuso ao consumidor sim, que deverá ser tratado em área cível e criminal, cominando em sanções e responsabilidades pecuniárias, inclusive, em razão da nocividade que o produto representa.

52. Neste sentido, a Agência tem procurado atender a demanda de denúncias referentes às técnicas abusivas de mercado que ultrapassam os limites de interesse sanitário, atuando na fiscalização, regulamentação e controle dos produtos derivados do tabaco, assim como, sugerindo modificações, no âmbito legislativo, que atendam melhor as ações de vigilância sanitária.

53. Assim, pode ser tida como equivocada a interpretação restritiva dada na sentença de que a responsabilização objetiva, segundo a regra do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, exige que os danos a serem ressarcidos decorram de defeitos de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de



seus produtos, tendo em vista o vasto acervo de normas de proteção à saúde, permitindo uma interpretação sistemática para a responsabilização das Rés sobre qualquer malefício causado pela oferta e promoção de seus produtos.

54. Por todo o exposto, considerando os graves malefícios que o consumo dos produtos do tabaco causa; considerando que a estratégia de marketing, propaganda ou publicidade é realizada com intenção comercial e, caso haja a sustentação em Juízo de que à empresa é facultado o uso de tal estratégia como forma de contato com seu consumidor, danos irreparáveis à Política Nacional de Controle do Tabaco serão causados.

55. Resta ainda que o Poder Público encontra respaldo para dirimir o grande dilema ético do controle do tabaco e seus derivados: a invocação do livre arbítrio, da escolha consciente e da aceitação das consequências de suas escolhas versus a presença do Estado no seu papel de assegurar o disposto na Carta Magna: o direito à saúde.

56. Muito embora o produto seja legal, é letal e a Política Nacional de Controle do Tabaco, por meio da regulação do produto, visa primordialmente a redução do consumo desses produtos e, conseqüentemente, a redução das doenças tabaco-relacionadas.

É o Parecer.

Rio de Janeiro, 19 de julho de 2011.

Ana Cláudia B. de Andrade  
Siape 3454153  
Gerente (Substituta)  
3PDTA/ ANVISA



Ana Cláudia Bastos de Andrade

Gerente Substituta de Produtos Derivados do Tabaco