

# *Destaques do*



## **OBSERVATÓRIO SOBRE AS ESTRATÉGIAS DA INDÚSTRIA DO TABACO**

[observatoriotabaco.ensp.fiocruz.br](http://observatoriotabaco.ensp.fiocruz.br)

**Número 25**

### **EDITORIAL**

Caros leitores,

Na vigésima quinta edição do nosso periódico "Destaques do CETAB", trazemos à tona uma questão urgente e complexa que demanda a atenção de todos os envolvidos na promoção da saúde pública: as estratégias da Philip Morris para expandir globalmente o mercado de cigarros eletrônicos.

Em outra reportagem inédita, o jornalista investigativo Pedro Nakamura, revelou como a empresa paraguaia Agatres utiliza rede de influência digital para promover a venda de vapes ilegais a jovens brasileiros. A reportagem mostra as evidências da complexa teia de marketing digital utilizada para promover vapes ilegais no Brasil, desafiando a legislação vigente e colocando em risco a saúde dos jovens. A colaboração entre plataformas de mídia social e empresas como a Agatres exige uma fiscalização mais rigorosa e uma conscientização pública sobre os perigos dos cigarros eletrônicos.

Também nesta edição, o leitor conhecerá a ação deflagrada pela Polícia Federal com o objetivo de reprimir condições de saúde análogas a escravidão encontradas em uma fábrica clandestina de cigarros em MG e PR

Luis Guilherme Hasselmann  
Jornalista do CETAB

Visite nossas redes sociais

## Estudos Revelam Estratégias da Philip Morris para Ampliar o Mercado de Cigarros Eletrônicos

Os dispositivos eletrônicos para fumar (DEF) como os cigarros eletrônicos, vapes, pods, tem sua fabricação, comercialização, importação e publicidade proibidos no Brasil desde 2009. E, em abril de 2024, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) ampliou as restrições contra a venda, distribuição, armazenamento e propaganda com a publicação da RDC 855 de 2024.

No entanto, dois estudos internacionais revelaram táticas que a Philip Morris do Japão (PMJ) tem tentado influenciar decisores políticos, profissionais da saúde e financiar pesquisas favoráveis aos seus produtos, o que em princípio compromete a transparência da ciência e obscurecem o ambiente que preserva a informação de boa qualidade e confiabilidade

Pesquisadores do STOP (grupo que atua monitorando globalmente a indústria do tabaco) revelaram que a PMJ quer se engajar com autoridades regulatórias para criar um ambiente favorável aos seus produtos de tabaco aquecido. Isso inclui o financiamento secreto de pesquisas e o lobby junto a políticos e grupos médicos para que permitam o uso de vapes em diversos lugares, inclusive onde já é proibido. A análise do STOP revela que a PMJ pretende alcançar um público muito mais amplo do que apenas adultos fumantes

Essa estratégia torna jovens de países como o Brasil, ainda mais vulneráveis às estratégias de marketing agressivas da indústria do tabaco que alegam se tratar de produtos que apresentam redução de danos à saúde, o que vem sendo robustamente desmistificado. A verdadeira redução de danos só pode ser alcançada com transparência, responsabilidade e políticas públicas robustas que priorizem a saúde da população.

Outro estudo, conduzido pelo grupo de pesquisa de controle do tabaco da Universidade de Bath e publicado na revista *\*Nicotine and Tobacco Research\**, mostra que a PMJ financiou secretamente um estudo por acadêmicos japoneses e contratou uma consultoria para criar um ambiente favorável aos produtos de tabaco aquecido. A pesquisadora Sophie Braznell, da Universidade de Bath, destaca que essas ações tornam mais difícil para os decisores políticos e o público fazer escolhas informadas.

### Lobby e Promoção

A PMJ teria planejado promover os dispositivos eletrônicos durante os Jogos Olímpicos de Tóquio, uma tática para associar esses produtos à saúde e atingir crianças e jovens.

### Preocupações com a Juventude

Um relatório da OMS de julho destacou o aumento alarmante do uso de álcool e cigarros eletrônicos entre jovens de 11 a 15 anos na Europa. No Brasil, quase um quarto dos jovens de 18 a 24 anos experimentou cigarro eletrônico em 2023, um aumento de 20% em relação a 2022.

Jorge Alday, diretor da STOP, afirma que as estratégias da PMI no Japão são eticamente questionáveis e colocam em xeque a credibilidade da empresa. Ele aponta que ações similares têm sido adotadas em outros países, como Reino Unido, EUA, Austrália, Grécia e Alemanha.

Fonte: <https://exposetobacco.org/resource/philip-morris-japan/>  
<https://tabaco.ensp.fiocruz.br/pt-br/node/4117>



## A Influência Digital e os Vapes Ilegais

A reportagem de Pedro Nakamura, do Núcleo, revelou como a empresa paraguaia Agatres utiliza rede de influência digital para promover a venda de vapes ilegais a jovens brasileiros. A investigação mostrou como celebridades, modelos e páginas de festas no Instagram, TikTok e YouTube foram usadas para atrair o público jovem, apesar das rígidas leis antifumo brasileiras.

### A Tática da Agatres

A Agatres se destacou ao patrocinar vídeos de trap (gênero musical) no YouTube e realizar publicidades em raves nas redes sociais para atrair os jovens ao vaping. Plataformas como Meta e TikTok permitiram a divulgação desses produtos, ignorando a legislação brasileira.

Influenciadores mapeados pela reportagem, incluindo cantores como Kevinho, Kawe, Zé Felipe e Matheuzinho, divulgaram os produtos da Nikbar, a marca de vapes da Agatres. Além disso, foram identificadas 12 festas patrocinadas pela Nikbar, com sorteios e distribuição de vapes.

### Entrevista com Especialistas

Na investigação, a Anvisa destacou seu projeto Epinet, que monitora plataformas e solicita a remoção de conteúdos ilegais. Entre janeiro de 2023 e junho de 2024, mais de 16 mil URLs foram retiradas.

Luis Guilherme Hasselmann, jornalista do Centro de Estudos sobre Tabaco e Saúde (Cetab) da Fiocruz, comentou na matéria: "A indústria do tabaco sempre usou cores, estilos, gostos e sabores porque o foco são os jovens. O interesse é viciá-los para se ter um novo consumidor pelo maior período possível."

### Publicidade Disfarçada

Muitas divulgações nas redes sociais não foram sinalizadas como publicidade, dificultando a fiscalização. Influenciadores frequentemente marcavam perfis da Nikbar ou posavam fumando a marca, sem indicar se a publicação era uma publicidade paga.

### Parcerias Controversas

A Nikbar também fez parcerias para lançar vapes com marcas de roupas e bebidas, além de patrocinar podcasts e vídeos. Esse tipo de marketing, muitas vezes disfarçado, expõe os jovens a altos níveis de nicotina, levando a sintomas de intoxicação e dependência.

Fontes:

<https://nucleo.jor.br/reportagem/2024-07-02-empresa-vapes-influencers-tiktok-instagram-cigarros-eletronicos/>

<https://tabaco.ensp.fiocruz.br/pt-br/empresa-tece-rede-de-influencia-digital-para-empurrar-vapes-ilegais-jovens>



## As Armadilhas da Responsabilidade Social Corporativa da Indústria do Tabaco

A recente matéria da Gazeta do Sul sobre a doação de computadores pela Japan Tobacco International (JTI) às escolas municipais da região do Vale do Rio Pardo e Centro-Serra ilustra mais uma vez a estratégia amplamente criticada das empresas de tabaco: a responsabilidade social corporativa (RSC). Sob o pretexto de apoio à educação e à recuperação de desastres, a JTI e outras gigantes do tabaco buscam construir uma imagem de benevolência que mascara os devastadores impactos de seus produtos na saúde pública.

As enchentes de abril foram uma tragédia que deixou um rastro de destruição e luto, com comunidades inteiras precisando de assistência para se reerguer. A doação de 142 computadores por parte da JTI pode parecer uma medida louvável, mas é necessário enxergar além da superfície. A empresa, enquanto promove suas ações de caridade, continua a lucrar com a venda de produtos que causam milhões de mortes prematuras anualmente.

A retórica utilizada pela JTI é cuidadosamente elaborada para desviar a atenção dos danos que seus produtos causam. Cristina Quatke, gerente de assuntos corporativos da JTI, afirma que a doação é "um investimento no futuro das crianças e jovens dessas localidades", esquecendo convenientemente de mencionar o impacto negativo do tabaco na saúde dessas mesmas comunidades. A indústria do tabaco historicamente utiliza essas táticas de RSC para criar uma fachada de responsabilidade e desviar o foco de sua principal atividade – a produção e venda de produtos mortais.

As parcerias entre o público e o privado mencionadas pela secretária de Educação de Ibarama, Diulia Francesquett, são outro exemplo das armadilhas da RSC. Essas colaborações, enquanto podem trazer benefícios imediatos, como a substituição de equipamentos perdidos nas enchentes, também servem para legitimar a presença da indústria do tabaco nas comunidades. Isso cria um vínculo de dependência e aceitação social que dificulta os esforços de controle do tabagismo.

Além disso, o programa de voluntariado da JTI, Voluntários do Bem, é uma extensão dessa estratégia, mobilizando recursos e pessoas em ações que parecem altruístas, mas que, na realidade, fazem parte de uma campanha de relações públicas para limpar a imagem da empresa. A campanha JTI Matchfunding, que dobra as doações feitas por voluntários, é outro exemplo de como a empresa tenta maximizar seu impacto positivo percebido, enquanto os danos de seus produtos continuam a ser uma sombra permanente.

É crucial que a sociedade e os meios de comunicação critiquem e desconstruam essas ações de RSC da indústria do tabaco. O apoio à reconstrução de comunidades devastadas por desastres naturais é necessário e bem-vindo, mas não pode ser usado como cortina de fumaça para os estragos causados pelo tabaco. A JTI e outras empresas do setor devem ser responsabilizadas pelas consequências de seus produtos, e qualquer tentativa de melhorar sua imagem através de ações de caridade deve ser vista pelo que realmente é: uma estratégia para desviar a atenção de suas práticas nocivas.

Fonte: <https://www.gaz.com.br/jti-doa-computadores-para-escolas-municipais-em-acao-de-reconstrucao-pos-enchentes/>

<https://tabaco.ensp.fiocruz.br/pt-br/jti-doa-computadores-para-escolas-municipais-em-acao-de-reconstrucao-pos-enchentes>



## Trabalho escravo na produção de cigarros em MG e PR

A Polícia Federal deflagrou a Operação Uncover, com o objetivo de reprimir a prática dos crimes relacionados às condições análogas aos escravos, contrabando e crime contra as relações de consumo.

A ação mobilizou 50 policiais federais, além da Receita Federal, no cumprimento de mandados expedidos pela 1ª Vara Federal de Guaíra. No total, foram cumpridos seis mandados de busca e apreensão e dois mandados de prisão preventiva nos estados de Minas Gerais e Paraná, além de ordem de sequestro de bens no valor de R\$68 milhões.

Segundo as investigações, o grupo criminoso arregimentava cidadãos paraguaios através de contatos no país vizinho, e trazia os trabalhadores ao Brasil para laborar em uma fábrica clandestina de cigarros situada no município de São Sebastião do Paraíso/MG.

As diligências apontaram que os paraguaios adentravam em território nacional por via terrestre através da fronteira do Paraguai com o Paraná e eram conduzidos por integrantes do grupo até o local onde funcionava a operação. Durante todo o período de produção, os trabalhadores permaneciam restritos às dependências da fábrica e sem comunicação com o exterior, além de dormir em alojamentos precários.

Estima-se que a capacidade de produção da planta industrial seja de cerca de 250 mil maços de cigarro por dia. Na ação, foram apreendidos o maquinário da linha de produção, caminhões utilizados no transporte das mercadorias, 50 toneladas de tabaco in natura, insumos variados e mais de 1.500.000 maços de cigarros embalados para venda.

Fonte: <https://tabaco.ensp.fiocruz.br/pt-br/pf-deflagra-operacao-uncover-em-acao-destinada-desarticular-fabrica-clandestina-de-cigarros>



Expediente:

Presidente da Fiocruz: *Mário Santos Moreira*  
Diretor da ENSP: *Marco Antônio Menezes*  
Coordenadora do Cetab: *Silvana Rubano Turci*

Corpo editorial:

*Alex Medeiros Kornalewski*  
*Alexandre Octavio Ribeiro de Carvalho*  
*Danielle Barata Silva*  
*Luis Guilherme Hasselmann*  
*Silvana Rubano Turci*

CCI Ensp – Identidade visual

Contato:

[cetab.ensp@fiocruz.br](mailto:cetab.ensp@fiocruz.br)



[@CETAB\\_Fiocruz](https://twitter.com/CETAB_Fiocruz)



[/cetab.fiocruz](https://www.facebook.com/cetab.fiocruz)



[/cetab\\_fiocruz](https://www.instagram.com/cetab_fiocruz)



**FCTC**

WHO FRAMEWORK CONVENTION  
ON TOBACCO CONTROL

SECRETARIAT-OBSERVATORY



**OBSERVATÓRIO  
SOBRE AS  
ESTRATÉGIAS  
DA INDÚSTRIA  
DO TABACO**