

Embalagens padronizadas

Embalagem padronizada de produtos de tabaco: Protegendo crianças, adolescentes e jovens do marketing da indústria do tabaco

O que é embalagem padronizada?

Embalagem padronizada significa que todas as embalagens de cigarro e outros produtos de tabaco passam a ser iguais, seguindo um padrão, determinado pelo poder público, mantendo-se apenas o nome da marca. A embalagem padronizada é livre de logotipos, marcas, design e elementos promocionais:



- Permanência das advertências sanitárias e dos selos da Receita Federal e demais determinações do poder público.
- Padronização do local em que a marca aparece, cor, tamanho e tipo de fonte para o nome da marca.
- Padronização do formato, cor, textura e forma de abertura da embalagem.
- Padronização dos cigarros em tamanho e cor.

Foto: modelo de embalagem padronizada adotado na Austrália

Por que adotar as embalagens padronizadas?

A promoção de embalagens padronizadas faz parte de um conjunto abrangente de medidas, que visa contribuir com a redução do consumo e da iniciação ao tabagismo.

As embalagens são desenhadas para atrair consumidores, comunicar a "personalidade" da marca. Elas dissimulam a aparência de um produto que causa forte dependência e comprovados malefícios à saúde.



Foto: embalagem com elementos publicitários para atrair consumidores

Como a legislação atual proíbe a propaganda comercial de produtos de tabaco, mas permite a exposição nos locais de venda, as embalagens se tornaram um importante canal de comunicação com o consumidor e público em geral, sendo a principal estratégia de marketing nos locais de venda. São colocadas estrategicamente ao lado de chocolates e balas, produtos que são do interesse de crianças e jovens, o que reforça o apelo a esse público.



As embalagens também são cada vez mais sedutoras, lançadas em edições limitadas, com brindes, em diferentes formatos, com forte apelo e atratividade para o público jovem. São criadas para se tornarem verdadeiros objetos de desejo.

O uso de cores confunde o consumidor, que tende a acreditar que embalagens com cores claras são de produtos menos nocivos, mais seguros. Embalagens coloridas, sedutoras e em diferentes formatos reduzem o efeito das advertências sanitárias.

Países que já adotaram embalagem padronizada

Em 2012, a Austrália foi o primeiro país a adotar a medida, o que contribuiu para a redução da prevalência de fumantes em ritmo mais rápido que nas duas últimas décadas. A taxa de prevalência caiu entre 2010 e 2013, de 15,1% para 12,8% entre pessoas acima de 14 anos.¹

Outros países já adotaram e implementaram a medida: França (2016), Reino Unido (2016), Nova Zelândia (2018), Hungria (2018), Irlanda (2017) e Noruega (2017), e outros países estão em fase de regulação: Canadá, Geórgia, Romênia, Eslovênia, Tailândia e Uruguai.²

A indústria do tabaco questionou a constitucionalidade da medida na Justiça da Austrália, Reino Unido, França, Irlanda e Noruega e perdeu em todas as cortes desses países.³



Foto: embalagem padronizada na França

Quando a Austrália adotou a medida, houve um questionamento de sua validade na Organização Mundial do Comércio, sob o argumento de supostas violações de acordos de direitos de propriedade intelectual e comércio. Em junho de 2018, entretanto, a OMC decidiu que a lei australiana não viola esses acordos.

1. <https://www.tobaccofreekids.org/microsites/plainpackaging/evidence/australia-post-implementation-evidence>

2. O Uruguai foi o primeiro país da América Latina a adotar a medida, em 2018.

https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/standardized_packaging_developments_en.pdf

3. https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/standardized_packaging_developments_en.pdf

Resultados positivos na Austrália

Diversos estudos foram realizados e demonstram bons resultados com a adoção de embalagens padronizadas:

- Redução da atratividade do produto: estudos mostram que embalagens padronizadas reduzem o apelo do produto, especialmente entre adultos jovens, restringem a comunicação e o apelo ao público de adolescentes e jovens.

Pesquisa com estudantes entre 12 e 17 anos em 2011 e 2013 mostra que remover a marca e uniformizar a aparência da embalagem aumentou a percepção negativa sobre o produto e reduziu a positiva.

- Aumento de procura para parar de fumar;
- Aumento do impacto das advertências sanitárias;
- Reduz impressões equivocada sobre o produto, como que um seria de menor risco que outro;
- Crescente apoio a embalagens padronizadas;
- As consequências alegadas pela indústria, como aumento do contrabando, não ocorreram.

Pesquisa ACT/Datafolha (2008) com jovens de 12 a 22 anos, em seis capitais brasileiras, revela que, para 71% dos pesquisados, a exposição de cigarros em padarias, supermercados, bares, etc. influencia o início do tabagismo, e 42% citam o cigarro como o produto que mais lembram de ver à venda naqueles locais.

Pesquisa ACT/Datafolha (2010) mostrou que para 74% das pessoas, a exposição dos cigarros influencia a iniciação de crianças e adolescentes.

Embalagem padronizada como solução para cumprir a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco – CQCT

Como a lei atual permite a exposição dos produtos de tabaco nos locais de venda (artigo 3º, da lei 9.294/96), o Brasil ainda não cumpre a CQCT, que determina a proibição total da publicidade, promoção e patrocínio de tabaco (artigo 13).

O cigarro é um produto vendido legalmente, mas seu consumo não deve ser promovido ou incentivado.

A adoção de embalagens padronizadas atende às obrigações assumidas pelo Brasil aos termos da CQCT, principalmente aos artigos 5 (Obrigações Gerais), 11 (Embalagem e rotulagem dos

produtos de tabaco) e 13 (Publicidade, Promoção e Patrocínio de tabaco), que incluem a exigência de proibição de toda forma de publicidade e promoção do tabaco, inclusive na embalagem dos produtos, sob qualquer forma que seja falsa, equivocada ou enganosa, ou que possa induzir o consumidor a erro e prejudicar sua saúde. As Diretrizes para implementação dos artigos 11 e 13 recomendam a adoção das embalagens padronizadas.

A medida previne que os produtos de tabaco e suas embalagens sirvam como forma de publicidade e promoção. Assim, com sua adoção, o Brasil estará mais próximo de cumprir com o que se comprometeu ao ratificar o tratado.

Constitucionalidade

A adoção de embalagens padronizadas em produtos fumígenos derivados do tabaco é compatível com a Constituição Federal, tendo em vista a limitação do direito fundamental à publicidade pelo direito à saúde e à vida.

A proibição total da publicidade do tabaco, inclusive com embalagem padronizada, também é compatível com o direito social internacional referente à saúde, com as normas internacionais referentes à liberdade de expressão e com o direito internacional ao livre comércio.

Essa é uma medida necessária para incrementar a eficácia das políticas públicas para redução do consumo de tabaco.

A medida também não implica expropriação direta ou indireta de marca ou de outra propriedade intelectual, pois se trata de controle e limitação do uso da marca para fins de publicidade danosa à saúde e à vida. Não há uso das marcas por terceiros.

Apoie as embalagens padronizadas

Projetos de Lei - PL 1744/2015 e PLS 769/2015

Essas proposições preveem a adoção de embalagem padronizada para produtos de tabaco. Apoie você também esses projetos!



Saiba mais sobre as embalagens padronizadas:

1. Nota Técnica sobre Embalagem Padronizada de Produtos de Tabaco: http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/embalagem_padronizada.pdf
- 2: <http://bit.ly/EmbalagemPadronizadaFS>