

# Embalagens padronizadas



## Embalagem padronizada de produtos de tabaco: Protegendo crianças, adolescentes e jovens do marketing da indústria do tabaco<sup>1</sup>

### 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 na forma, tamanho, textura, modo de abertura, cor, fonte, mantendo-se apenas o nome da marca. A embalagem padronizada é livre de logotipos, marcas, design e elementos promocionais, dentro ou anexados à embalagem ou em produtos individuais. Com a padronização, as embalagens somente podem conter: o nome da marca, o nome do produto, a quantidade do produto e os detalhes de contato, em um tipo de letra padrão, juntamente com outras informações obrigatórias, como advertências de saúde e selos fiscais.

A imagem abaixo é um exemplo de embalagem padronizada definida na Austrália e adotada a partir de dezembro de 2012.



- As advertências sanitárias permanecem;
- O nome da marca é padronizado em termos do local em que aparece, tamanho, cor e tipo de fonte;
- Há padronização no formato, cor, textura e forma de abertura da embalagem;
- Os selos da receita federal e demais instrumentos definidos para evitar contrabando também permanecem;
- Os cigarros, assim como as embalagens, também são padronizados em termos de tamanho e cor.

## Por que é necessária a adoção de embalagem padronizada para produtos de tabaco?

- Para reduzir a atratividade de produtos de tabaco para crianças, adolescentes e jovens e consumidores de tabaco;
- aumentar a visibilidade e eficácia das advertências sanitárias; e
- impedir que as embalagens contenham qualquer tipo de informação, publicidade ou propaganda comercial que possa confundir ou ludibriar o consumidor sobre os perigos de fumar.

## Quais países já adotaram as embalagens padronizadas?

Os seguintes países já aprovaram leis que exigem a embalagem padronizada para produtos de tabaco, como parte de um conjunto abrangente de medidas de controle do tabagismo:

Austrália (2011); Reino Unido (2015); França (2015); Irlanda (2015); Hungria (2016); Noruega (2016); Nova Zelândia (2016); Romênia (2016); Geórgia (2017); Eslovênia (2017); e Tailândia (2017).

Em muitos outros países, a legislação está avançando.<sup>2</sup> Além disso, a Diretiva relativa aos produtos do tabaco, adotada pela União Europeia em 2014, afirma expressamente que os países membros têm a possibilidade de aplicar embalagens padronizadas para produtos fumígenos.

## “Vendedor silencioso”: A embalagem como objeto de desejo



As embalagens são, atualmente, uma das principais formas de publicidade de produtos de tabaco, o “vendedor silencioso” por excelência, pela sua importância no estímulo ao consumo.

Elas são desenhadas de forma atrativa para comunicar a “personalidade” da marca e funcionam como uma extensão da identidade de quem as porta.

Não é por outra razão que as embalagens de produtos de tabaco são cada vez mais sedutoras, lançadas em edições limitadas, com brindes, em diferentes formatos, sempre voltadas para o público jovem. Elas são criadas para se tornarem verdadeiros objetos de desejo.

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.

## Cores claras enganam com relação à periculosidade do produto



As cores utilizadas nas embalagens têm o objetivo de confundir o público. Jovens e adultos tendem a acreditar que cigarros em embalagens com cores mais claras, como branco, azul, prata ou ouro possuem teores menores de alcatrão e nicotina e, por isso, seriam mais seguros, implicariam em menos riscos à saúde, causariam menos dependência ou, ainda, seriam uma opção para parar de fumar.<sup>3, 4, 5</sup>

## Embalagens coloridas, sedutoras e em diferentes formatos reduzem o efeito das advertências sanitárias



As sedutoras e inventivas embalagens de cigarros reduzem o efeito das advertências sanitárias. As cores, imagens e formas das embalagens retiram a atenção das advertências sanitárias, neutralizando ou reduzindo sua eficácia informativa.<sup>6, 7, 8, 9</sup>

## As embalagens são a principal estratégia de marketing nos pontos de venda (PDV)



Como a legislação atual (lei 9.294/96, alterada pelo artigo 49 da 12.540/2011) proíbe a propaganda comercial de produtos de tabaco, mas permite a exposição desses produtos nos locais de venda, as embalagens acabam sendo o principal foco das estratégias de marketing da indústria para promover a imagem e a venda de seus produtos.

Assim, nota-se um forte investimento em mudanças na linguagem visual dessas embalagens, que objetivam tornar mais atrativa e positiva a imagem desses produtos junto ao seu público-alvo. Elas dissimulam a aparência de um produto que, na verdade, causa dependência, doenças, incapacidade e morte. Além disso, vale enfatizar que as embalagens estão localizadas estrategicamente próximas a doces, chocolates e balas, produtos que são do interesse de crianças, adolescentes e jovens, o que reforça o apelo a esse público.



*Há milhares de PDVs espalhados pelo Brasil, um deles perto de você.*

### **A pedido da ACT, o Instituto Datafolha realizou três pesquisas sobre PDVs e a influência da exposição das embalagens de cigarros em jovens, crianças e adolescentes.**

Os resultados são reveladores:

1. Pesquisa ACT/Datafolha (2008)<sup>10</sup>, feita em seis capitais com jovens de 12 a 22 anos de idade, revelou que **79%** dos entrevistados veem cigarros à venda nas padarias, **71%** nos supermercados e **58%** nos bares.

- Para **71%**, essa exposição influencia a começar a fumar.
- Para **63%**, pessoas de sua faixa etária podem sentir vontade de fumar ao ver os cigarros expostos em PDVs. Essa taxa chega a **71%** entre os que têm entre 12 e 14 anos.
- Solicitados a dizer, espontaneamente, quais produtos lembravam-se de ver à venda no caixa de PDVs, **42%** citam cigarros, segundo produto mais citado, atrás apenas de produtos de bomboniere.

2. Pesquisa ACT/Datafolha (2010)<sup>11</sup>, feita na cidade de São Paulo, mostrou que **a maioria dos estabelecimentos que comercializa cigarros possui, num raio de até um quilômetro, alguma escola de nível fundamental ou médio próxima.**

- Além dos adultos, esses estabelecimentos são frequentados por crianças de até 12 anos em **72%** dos casos, e adolescentes de 12 a 18 anos, em **81%**.
- Em **82%**, os cigarros são expostos em displays, e, em **84%**, estão visíveis para crianças.
- Em **83%** dos estabelecimentos, os cigarros ficam próximos de balas, chocolates ou doces. Em **93%** dos locais, os cigarros ficam próximos ao caixa.

### **A população aprova o fim da exposição das embalagens de produtos de tabaco**

3. Pesquisa ACT/Datafolha (2010)<sup>12</sup> nacional verificou que **a maioria da população brasileira concorda que a exposição dos cigarros nos PDVs tem influência no tabagismo:**

- Para **74%**, a exposição dos cigarros influencia a iniciação de crianças e adolescentes.
- **64%** são favoráveis à opinião de que "os cigarros devem ficar escondidos da visão do público em geral".

## Embalagem padronizada como solução para cumprir a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco – CQCT<sup>13</sup>

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 Convenção-Quadro, 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.

Embalagens padronizadas previnem que os produtos de tabaco e suas embalagens sirvam como forma de publicidade e promoção. Assim, com a adoção de embalagens padronizadas, o Brasil estaria mais próximo de cumprir o que se comprometeu ao ratificar o tratado.

### A indústria sabe da importância da embalagem de seu produto<sup>14</sup>



*"Nosso veículo de comunicação final com nossos fumantes é a embalagem em si. Na ausência de quaisquer outras mensagens de marketing, nossa embalagem ... é o único comunicador da essência da nossa marca. Dito de outra forma: quando você não tem mais nada, nossa embalagem é nosso marketing."<sup>15</sup>*

*"Não queremos ver embalagem padronizada introduzida em qualquer lugar, independentemente do tamanho e importância do mercado."<sup>16</sup>*

## A embalagem padronizada e as demais medidas de controle do tabagismo funcionam

O Brasil passou a adotar medidas efetivas de controle do tabagismo há quase 20 anos. A proibição da publicidade de produtos de tabaco nos meios de comunicação de massa (2000) e as advertências sanitárias nos maços (2001) contribuíram para a redução da prevalência pela metade, de 34% em 1989<sup>17</sup> para 17,2% em 2008.<sup>18</sup>

Entretanto a indústria do tabaco soube se utilizar das lacunas da lei e inovar em termos de estratégias de marketing. Daí a necessidade de se proibir totalmente a publicidade, o que inclui a adoção de embalagens padronizadas para produtos de tabaco.

### O caso da Austrália

Em 2011, a Austrália tornou-se o primeiro país a exigir que os produtos de tabaco fossem vendidos em embalagens padronizadas. As advertências sanitárias ocupam 75% da frente e 90% da parte de trás dos maços.

A indústria do tabaco questionou a validade da medida perante a Suprema Corte do país, sob o argumento de aquisição pelo Estado do direito de propriedade intelectual das empresas sobre as marcas e bens afins, sem justa compensação, mas não obteve êxito.

**Em agosto de 2012, a Suprema Corte da Austrália decidiu pela constitucionalidade da primeira lei aprovada no mundo determinando que a comercialização de cigarros seja feita em embalagens padronizadas, em ação proposta por quatro companhias internacionais de tabaco.**

A Corte concluiu que não houve apropriação dos direitos de propriedade intelectual das fabricantes de cigarros pelo Estado.<sup>19</sup>

Foi questionada também a validade da medida perante a Organização Mundial do Comércio (OMC), sob o argumento de violação ao acordo TRIPS (do inglês *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* – Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio), referente aos direitos de propriedade intelectual. Em junho de 2018, a OMC decidiu que a lei australiana não viola acordos internacionais de comércio e propriedade intelectual.

Com a assinatura da Declaração de Doha sobre o Acordo de TRIPS e Saúde Pública,<sup>20</sup> em 2001, os países membros da OMC decidiram pela flexibilização do acordo TRIPS, para afirmar que esse acordo não impede e não deve impedir que os membros adotem medidas de proteção à saúde pública.<sup>21</sup> Até o momento, a indústria do tabaco perdeu todas as batalhas jurídicas e judiciais para embalagens padronizadas de produtos de tabaco, tanto em tribunais internacionais quanto nacionais, não apenas na Austrália, mas também no Reino Unido, França, Noruega e União Européia.

## Benefícios com a implementação da lei na Austrália

O primeiro estudo abrangente sobre o impacto das embalagens padronizadas naquele país foi publicado no início de 2015 no *British Medical Journal*,<sup>22</sup> e as principais constatações foram de que **a medida de fato reduz o apelo dos produtos de tabaco, principalmente entre adolescentes e jovens, não leva ao aumento no consumo de cigarros contrabandeados e encoraja a cessação do tabagismo.**

Diversos outros estudos e análises de comportamento de fumantes após a introdução das embalagens padronizadas foram realizados:<sup>23</sup>

- Os fumantes de cigarros vendidos em embalagens padronizadas manifestaram percepção de queda na qualidade do produto e na satisfação de fumar; maior noção dos efeitos nocivos do tabaco, com maior atenção às advertências sanitárias; desejo mais acentuado de parar de fumar; e maior aprovação das medidas de controle do tabaco.
- Estudo com fumantes mostrou que as embalagens de cigarro padronizadas, quando comparadas com marcas normais, foram classificadas como significativamente menos atraentes e menos populares. Os fumantes afirmaram também que o cigarro das embalagens padronizadas gerava menos satisfação e possuía um tabaco de qualidade inferior.
- Houve uma queda no hábito de fumar ao ar livre na Austrália e também uma queda no número de cigarros expostos em cima das mesas em cafés.<sup>24</sup>
- A Pesquisa Nacional sobre Estratégias para Drogas 2013 mostra que poucos australianos estão fumando no dia-a-dia, e as taxas caíram significativamente entre 2010 e 2013, de **15,1%** para **12,8%**, entre pessoas acima de 14 anos. Os fumantes também reduziram o número de cigarros que fumam semanalmente, de **111** cigarros em 2010 para **96**, em 2013. A pesquisa também demonstrou que os jovens estão começando a fumar mais tarde. A proporção de jovens entre 12 e 17 anos que nunca fumou continuou alta em 2013, em **95%**, e a proporção daqueles entre 18 e 24 que nunca fumaram subiu significativamente entre 2010 e 2013 (de **72%** para **77%**). A idade média da experimentação do primeiro cigarro completo subiu dos **14,2** anos para **15,9** entre 1995 e 2013.<sup>25</sup>

## O caso da França

Na França, desde 1º de Janeiro de 2017, as embalagens padronizadas são obrigatórias, e um estudo da Baromètre Santé<sup>26</sup> demonstrou que a prevalência do tabagismo desde então diminuiu em **8,5%** (caindo de **29,4%** para **26,9%**) e que a embalagem padronizada é mais efetiva para a diminuição da prevalência entre jovens de 18 a 24 anos (redução de 20% no consumo diário de cigarros).



## Constitucionalidade e legalidade da medida

A proibição total da publicidade, promoção e patrocínio do tabaco é constitucional. A Constituição determina a restrição à publicidade de produtos nocivos à saúde (art. 220, §4º). A restrição pode, inclusive, ser total, desde que justificada. Um parecer do Professor Doutor Virgílio Afonso da Silva demonstra esse entendimento.<sup>27</sup>

Embalagens padronizadas não violam a propriedade intelectual nem marcas registradas.

A adoção de embalagem padronizada não viola o direito de propriedade intelectual das empresas sobre as marcas, pois não há uso das marcas por terceiros, mas sim restrição ao seu uso.

## Mercado Ilícito

Um argumento utilizado pela indústria do tabaco contra a adoção de medidas de controle do tabagismo é que tais medidas facilitariam o mercado ilícito. Isso trata-se de um mito. Evitar o contrabando de produtos de tabaco depende de efetiva fiscalização e sanções aplicadas por órgãos responsáveis, seja nas fronteiras do país ou no mercado interno.

Fato é que, mesmo com as embalagens atuais, já existe essa queixa por parte da indústria do tabaco quanto à existência de falsificações e contrabando. É uma área que carece ainda de dados confiáveis para estimar sua real extensão, mas certamente as medidas preventivas de controle do tabaco não devem ser postergadas devido a isso.

## Ônus do tabagismo

O tabagismo é a principal causa evitável de mortes no mundo: por ano, são **7 milhões de mortes no mundo e 156 mil no Brasil**.<sup>28</sup> Além disso, o tabagismo também é o principal fator de risco para as doenças crônicas não transmissíveis.

De acordo com a literatura médica, sintetizada nas Diretrizes sobre Tabagismo elaboradas pela Associação Médica Brasileira (AMB) em 2016,<sup>29</sup> existem mais de **50 doenças** relacionadas ao tabagismo.

**Além de ser causa e agravante de inúmeras doenças, o tabagismo também é considerado em si mesmo como uma doença: está incluído no grupo dos transtornos mentais e de comportamento decorrentes do uso de substância psicoativa, segundo a Décima Revisão de Classificação Internacional de Doenças (CID-10).**

Os custos com tratamento de doenças tabaco-relacionadas no Brasil é da ordem de **R\$ 57 bilhões anuais**, mais de 4 vezes o que as empresas de tabaco pagam de tributos por ano.<sup>30</sup>



Nove em cada dez fumantes começam a fumar **antes dos 19 anos**,<sup>31</sup> o que faz do tabagismo uma doença pediátrica. A idade média de iniciação ao tabagismo no país, entre os adultos fumantes, é de **16 anos**.<sup>32</sup> A dependência os mantém fumando durante a vida adulta, e é sabido que o tabagismo mata um em cada dois fumantes de longa data.<sup>33</sup>

O marketing é reconhecido como um fator de grande influência na iniciação de jovens ao tabagismo e a embalagem de produtos de tabaco é mais um instrumento para isso. A embalagem padronizada contribui para a prevenção e redução do estímulo para iniciação ao tabagismo.



### Projeto de Lei da Câmara dos Deputados - PL 1744/2015

Essa proposição, de autoria dos deputados Darcísio Perondi, Ivan Valente, Chico Alencar, Alessandro Molon, Luiz Couto e Alexandre Serfiotis, importantes parceiros no controle do tabagismo no país, prevê a adoção de embalagem padronizada para produtos de tabaco. Apoie você também esse projeto!

#### Para saber mais:

Nota Técnica sobre Embalagem Padronizada de Produtos de Tabaco, do Ministério da Saúde:  
[http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/embalagem\\_padronizada.pdf](http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/embalagem_padronizada.pdf)

#### Referências

1. Texto parcialmente embasado na publicação: Protecting children from tobacco marketing: the facts and the fiction about plain packaging of tobacco products, do Cancer Research UK [http://info.cancerresearchuk.org/product\\_consump/groups/cr\\_common/@nre/@pol/documents/generalcontent/cr\\_086797.pdf](http://info.cancerresearchuk.org/product_consump/groups/cr_common/@nre/@pol/documents/generalcontent/cr_086797.pdf), acessado em 28/6/2012.
2. Para mais informações acesse: [https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/standardized\\_packaging\\_developments\\_en.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/standardized_packaging_developments_en.pdf). Acessado em 16/05/2018.
3. Hammond D, Dockrell M, Arnott D, Lee A, McNeill A. Cigarette pack design and perceptions of risk among UK adults and youth Eur J Public Health. 2009 Dec;19(6):631-7.
4. Hammond D, Parkinson C. The impact of cigarette package design on perceptions of risk. Journal of Public Health (Oxford). 2009 Sep;31(3):345-53.

5. Hastings G, Galopel-Morvan K, Rey JM. The plain truth about tobacco packaging. *Tobacco Control* 2008;17:361-362.
6. Hoek J, Wong C, Glendall P, et al. Effects of dissuasive packaging on young adult smokers. *Tobacco Control* published online October 21, 2010 doi: 10.1136/tc.2010.037861.
7. Cunningham R, Kyle K. The case for plain packaging. *Tob Control* 1995;4:80-6.
8. Goldberg ME, Liefeld J, Madill J, et al. The effect of plain packaging on response to health warnings. *Am J Public Health* 1999;89:1434-5.
9. Beede P, Lawson R. The effect of plain packages on the perception of cigarette health warnings. *Public Health* 1992;106: 315-22.
10. ACT & Datafolha, Percepção de marcas de cigarros em pontos de venda, dezembro/2008, disponível em [http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/222\\_Datafolha-pontos-de-venda-2008.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/222_Datafolha-pontos-de-venda-2008.pdf)
11. ACT & Datafolha, Presença de cigarros nos PDVs, maio 2010, disponível em [http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/537\\_cigarros\\_no\\_pdv.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/537_cigarros_no_pdv.pdf)
12. ACT & Datafolha, Opiniões sobre a exposição de cigarros nos PDVs, agosto/2010, disponível em [http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/538\\_tabagismo\\_final.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/538_tabagismo_final.pdf)
13. Decreto 5.658/2006.
14. Tradução livre de documentos internos tornados públicos em ações judiciais nos EUA.
15. Hult M. Presentation at the May 17, 1994 Corporate Affairs Conference: Marketing Issues (internal industry document.) Philip Morris. 1994. Bates No. 2504015017/5042. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/j-ga42e00>, acessado em 2/7/2012.
16. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/lft22e00/pdf;jsessionid=F7268D7DBD41EDB7FB86ECFFE392F8A2.tobacco03>, acessado em 2/7/2012.
17. Tabagismo: Um grave problema de saúde pública. Instituto Nacional do Câncer – INCA. 2007.
18. IBGE - Pesquisa Especial de Tabagismo (Petab): [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1505&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1505&id_pagina=1), acesso em 28/6/2012.
19. Para saber mais: <http://www.ag.gov.au/tobaccoplainpackaging>.
20. Para saber mais: [http://www.who.int/medicines/areas/policy/doha\\_declaration/en/](http://www.who.int/medicines/areas/policy/doha_declaration/en/). Versão traduzida: <http://bioeticaediplomacia.org/wp-content/uploads/2013/10/Declaracao-sobre-o-Acordo-de-TRIPS.pdf>
21. Para saber mais: <http://www.ag.gov.au/tobaccoplainpackaging>.
22. <http://www.cancervic.org.au/about/media-releases/2015-media-releases/march-2015/australias-plain-packaging-is-working.html>
23. Informações mais detalhadas em: [http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/embalagem\\_padronizada.pdf](http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/embalagem_padronizada.pdf)
24. [https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/plain\\_packaging\\_evidence\\_en.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/plain_packaging_evidence_en.pdf). Acessado em 17/05/2018.
25. <http://www.aihw.gov.au/alcohol-and-other-drugs/ndshs/>
26. [http://invs.santepubliquefrance.fr/beh/2018/14-15/pdf/2018\\_14-15\\_1.pdf](http://invs.santepubliquefrance.fr/beh/2018/14-15/pdf/2018_14-15_1.pdf).
27. [http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/284\\_parecer\\_juridico\\_publicidade.pdf](http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/284_parecer_juridico_publicidade.pdf), acesso em 28/6/2012.
28. [http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/agencianoticias/site/home/noticias/2017/prejuizo\\_anual\\_tabagismo\\_para\\_brasil\\_e\\_de\\_56%2C7\\_bilhoes](http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/agencianoticias/site/home/noticias/2017/prejuizo_anual_tabagismo_para_brasil_e_de_56%2C7_bilhoes), acessado em 17/05/2018, e <http://www.who.int/news-room/factsheets/detail/tobacco>, acessado em 17/05/2018.
29. Disponível em: <http://diretrizes.amb.org.br/acupuntura/evidencias-cientificas-sobre-tabagismo-para-subsidio-ao-poder-judiciario/>, acessado em 17/05/2018.
30. Pinto M, Bardach A, Palacios A, Biz AN, Alcaraz A, Rodríguez B, Augustovski F, Pichon-Riviere A. Carga de doença atribuível ao uso do tabaco no Brasil e potencial impacto do aumento de preços por meio de impostos. Documento técnico IECS N° 21. Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria, Buenos Aires, Argentina. Maio de 2017. Disponível em: [www.iecs.org.ar/tabaco](http://www.iecs.org.ar/tabaco). Acessado em 17/05/2018.
31. <https://www.tobaccofreekids.org/assets/factsheets/0001.pdf>, acessado em 17/05/2018.
32. Levantamento Nacional de Álcool e Drogas (LENAD/2012) [http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/observatorio\\_controle\\_tabaco/site/home/dados\\_numeros/prevalencia-de-tabagismo](http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/observatorio_controle_tabaco/site/home/dados_numeros/prevalencia-de-tabagismo). Acessado em 17/05/2018.
33. Organização Mundial da Saúde: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/index.html>, acessado em 17/05/2018.