



DIA MUNDIAL SEM TABACO

2026

Subsídios

SOLICITANTE

Instituição: Ministério da Saúde / Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Áreas técnicas:

Ministério da Saúde

- Secretaria de Atenção Especializada

INCA

- Direção-Geral
- Serviço de Comunicação Social

- Coordenação de Prevenção e Vigilância
- Divisão de Controle do Tabagismo e outros Fatores de Risco

APROVADORES:

INCA

Assessoria de Comunicação do Ministério da Saúde (ASCOM/MS)

www.gov.br/inca



Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom/PR)

Projeto: *Dia Mundial sem Tabaco 2026 – Desmascarando o apelo – combatendo a dependência de nicotina e tabaco.*

REF.: Embasamento teórico sobre ações de divulgação do Dia Mundial sem Tabaco 2026 sobre o tema: ***Desmascarando o apelo – combatendo a dependência de nicotina e tabaco.***

DATA DE ENVIO DA NOTA TÉCNICA: 30 de março de 2026

www.gov.br/inca

Sumário

1. O DIA MUNDIAL SEM TABACO (WORLD NO TOBACCO DAY): O QUE É	4
1.1. A importância do Dia Mundial sem Tabaco.....	5
2. A CONVENÇÃO-QUADRO SOBRE CONTROLE DO USO DO TABACO E DE SEUS PROTOCOLOS	8
3. O TEMA DA CAMPANHA DO DIA MUNDIAL SEM TABACO 2026: “DESMASCARANDO O APELO – COMBATENDO A DEPENDÊNCIA DE NICOTINA E TABACO” .	14
3.1. Sobre o tema <i>Desmascarando o apelo – Combatendo a dependência de nicotina e tabaco</i>	14
3.2. Os 30 anos da Lei Federal nº 9.294/1996.....	19
4. AÇÕES DO INCA PARA O DIA MUNDIAL SEM TABACO 2026	20
4.1. A campanha no Brasil.....	20
4.2. Evento sobre a data	20
4.2.1 Público-alvo do evento	21
4.2.2 Informações gerais do evento.....	21
4.4. Ações nos estados	21
5. RESUMO	24
5.1. Qual o tema do Dia Mundial sem Tabaco 2026?.....	24
5.2. Qual o objetivo da campanha?	24
5.3. Qual a mensagem-chave da campanha?	25
5.4. Qual o público-alvo da campanha?	25
5.5. Qual o cenário relacionado ao Dia Mundial sem Tabaco 2026?	25
5.6. Dados do Brasil	26
6. EXEMPLOS DE “APELOS” DA INDÚSTRIA DO TABACO	27
7. REFERÊNCIAS	31
8. ANEXOS	34
8.1. Matérias sobre estratégias da Indústria	34

1. O DIA MUNDIAL SEM TABACO (WORLD NO TOBACCO DAY): O QUE É

O Dia Mundial sem Tabaco – 31 de maio – foi criado em 1987 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), com o objetivo de alertar a população sobre as doenças e mortes evitáveis relacionadas ao tabagismo.

O Ministério da Saúde, por meio do Instituto Nacional de Câncer (INCA), atua na gestão e governança das ações de controle do tabagismo no Brasil sob a ótica da promoção da saúde, desde o final da década de 1980. Essa atuação acontece por meio da implantação e implementação do Programa Nacional de Controle do Tabagismo (PNCT), que reúne um conjunto de ações abrangentes e intersetoriais.

O referido Programa tem como objetivo reduzir a prevalência de usuários de produtos de tabaco e de dependentes de nicotina, bem como a consequente morbimortalidade relacionada ao consumo de derivados do tabaco, à dependência de nicotina e à exposição ambiental à fumaça do tabaco, por meio de ações de promoção da saúde, prevenção e tratamento do tabagismo e da dependência de nicotina. Para tanto, são desenvolvidas ações de educação, comunicação, pesquisa e atenção à saúde, junto com o apoio à adoção ou ao cumprimento de medidas legislativas e econômicas, que se potencializam para:

- prevenir a iniciação do tabagismo, principalmente entre crianças, adolescentes e jovens;
- promover a cessação do tabagismo;
- proteger a população da exposição à fumaça do tabaco; e
- reduzir o dano individual, social e ambiental decorrente dos produtos derivados do tabaco.

Em conjunto com outras áreas técnicas do Ministério da Saúde e de setores afins do próprio INCA, a Divisão de Controle do Tabagismo e Outros Fatores de Risco (Ditab), da Coordenação de Prevenção e Vigilância (Conprev), coordena a implementação do Programa Nacional de Controle do Tabagismo (PNCT), em parceria com as secretarias estaduais e municipais de saúde e com o Distrito Federal, e desenvolve ações no âmbito da gestão, do cuidado integral, da educação em saúde e da vigilância em saúde, tendo em vista o controle do tabagismo. A rede foi organizada seguindo a lógica de descentralização do Sistema Único de Saúde (SUS), de modo a possibilitar o gerenciamento regional do Programa, tendo como

premissas a intersectorialidade, a intrasetorialidade e a integralidade das ações.

Em 2005, o Brasil ratificou a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco e de seus Protocolos (CQCT), primeiro tratado global de saúde pública e uma resposta ao enfrentamento da pandemia do tabagismo. A implementação desse tratado passou, portanto, a se configurar como a Política Nacional de Controle do Tabaco, cabendo ao PNCT executar suas medidas no âmbito do SUS.

Além da abordagem do setor saúde, outro importante mecanismo de governança — no qual o INCA exerce significativo papel articulador e fomentador — é a Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco e de seus Protocolos (Conicq), que coordena e articula a participação de diferentes setores do governo na implementação das medidas previstas na referida Convenção.

A Comissão também é responsável por representar o governo brasileiro e defender seus posicionamentos nas sessões da Conferência das Partes (COP) e nas Reuniões das Partes do Protocolo. A COP é a instância deliberativa da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco e é formada pelas jurisdições que ratificaram o tratado (Estados Partes), entre eles o Brasil. Cabe à COP tomar decisões sobre aspectos técnicos, processuais e financeiros da implementação do tratado nesses países.

Todos os anos, no Dia Mundial sem Tabaco, o INCA promove e articula com as secretarias estaduais e municipais de saúde e de educação dos 26 estados e do Distrito Federal — além de outros setores do Ministério da Saúde e do governo federal —, ações em âmbito nacional sobre o tema indicado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que, em 2026, é: **DESMASCARANDO O APELO – COMBATENDO A DEPENDÊNCIA DE NICOTINA E TABACO.**

1.1. A importância do Dia Mundial sem Tabaco

O tabagismo é reconhecido como uma doença crônica causada pela dependência de nicotina presente nos produtos derivados do tabaco. Atualmente, um novo desafio que se impõe é o uso de Dispositivos Eletrônicos para Fumar (DEF) e de outros produtos que também contém nicotina sintética.

Nos mercados nacional e internacional, há uma variedade de produtos de tabaco que podem ser usados de diversas formas: fumados, inalados, aspirados, mascarados ou absorvidos pela mucosa oral. Todos contém nicotina, substância que causa dependência. No Brasil, a via predominante de utilização do tabaco ainda é a forma fumada (INCA, 2021).

O consumo de tabaco e seus derivados é responsável pela morte de cerca de oito milhões de pessoas a cada ano em todo o mundo (OMS, 2021). Quanto ao quadro epidemiológico do tabagismo no país, de acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde (2019), entre os adultos, a prevalência de usuários atuais de produtos derivados de tabaco — fumado ou não fumados, de uso diário ou ocasional — **foi de 12,8% (20,4 milhões de pessoas)**. Segundo a situação do domicílio, a parcela de usuários foi maior na área rural (14,3%) do que na urbana (12,6%). Entre as grandes regiões, a prevalência variou de 10,7% na Região

USUÁRIOS DE PRODUTOS DERIVADOS DE TABACO NO BRASIL – PESQUISA NACIONAL DE SAÚDE, 2019			
ANO	BRASIL	HOMENS	MULHERES
PNS 2013	14,9%	19,1%	11,2%
PNS 2019	12,8%	16,2%	9,8%

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020); Pesquisa Nacional de Saúde (2019).

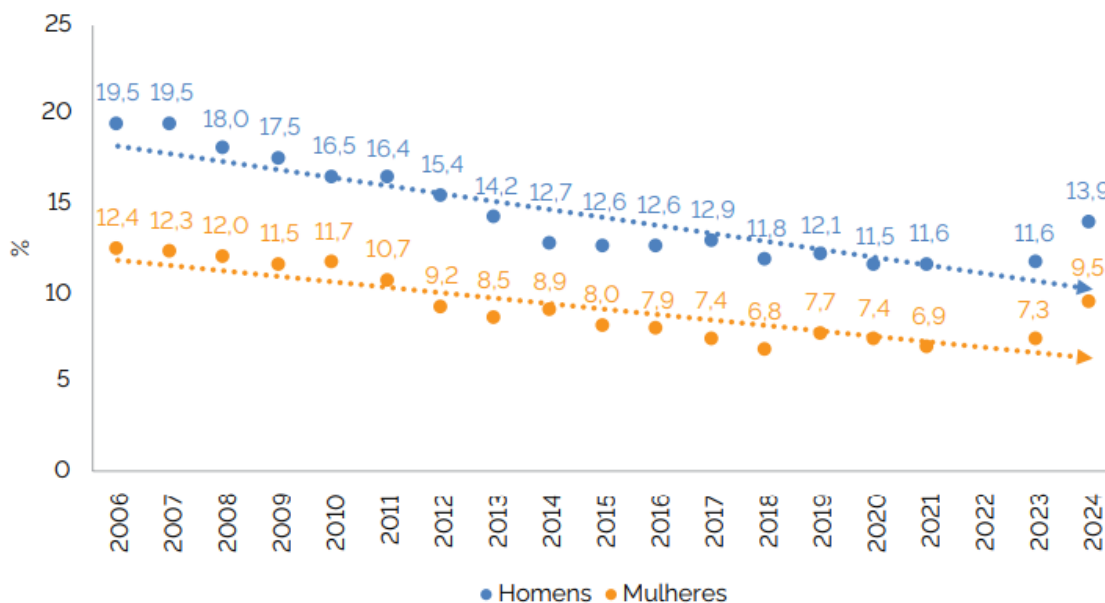
Norte a 14,7% na Região Sul (IBGE, 2020).

Os resultados mais recentes da pesquisa Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), que foi conduzida em 2024 e entrevistou 27.048 pessoas, apontaram que, no conjunto das 27 cidades pesquisadas, a prevalência de adultos fumantes foi de 11,5%.

Verificou-se uma prevalência de 13,9% para homens e de 9,5% para mulheres. Na análise dos novos dados do Vigitel é importante ressaltar que houve mudanças metodológicas recentes que podem influenciar a comparabilidade direta dos resultados ao longo da série histórica, portanto os dados precisam ser analisados com cautela.

Percentual de adultos (≥18 anos) fumantes, no conjunto das capitais de estados brasileiros e no Distrito Federal, por ano, segundo características sociodemográficas. Vigitel, 2006-2024

FIGURA 32 Percentual de adultos (≥18 anos) fumantes, no conjunto das capitais de estados brasileiros e no Distrito Federal, por sexo. Vigitel, 2006-2024[†]



[†]Dados não disponíveis para 2022.

Já dados da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar, PeNSE 2024, mostraram que **18,5% dos alunos de 13 a 17 anos já experimentaram cigarro alguma vez na vida**. O percentual de estudantes que relataram experimentação é maior nas escolas públicas (19,8%) do que nas escolas privadas (11,5%) (IBGE, 2026).

O tabagismo constitui fator de risco para o desenvolvimento de diversos tipos de câncer, além de estar associado a outras doenças crônicas não transmissíveis. Também é um importante fator de risco para o desenvolvimento de enfermidades como tuberculose, infecções respiratórias, úlcera gastrintestinal, impotência sexual, infertilidade em mulheres e homens, osteoporose e catarata, entre outras (INCA, 2020).

O tabaco fumado, em qualquer uma de suas formas – principalmente os cigarros, que são o produto mais consumido no país –, é responsável pela maior parte dos casos de câncer de pulmão e constitui fator de risco significativo para doença pulmonar obstrutiva crônica, pneumonia, acidentes cerebrovasculares e infarto agudo do miocárdio. Os produtos de tabaco que não produzem fumaça também estão associados ao desenvolvimento de cânceres de cabeça e pescoço, esôfago e pâncreas, assim como a diversas patologias buco dentais (INCA, 2020).

2. A CONVENÇÃO-QUADRO SOBRE CONTROLE DO USO DO TABACO E DE SEUS PROTOCOLOS

A Política Nacional de Controle do Tabaco é orientada ao cumprimento de medidas e diretrizes da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco e de seus Protocolos (CQCT). Esse tratado internacional de saúde pública, ratificado pelo Congresso Nacional em 2005, tem como objetivo conter a epidemia global do tabagismo (INCA, 2021). No Brasil, a Secretaria-Executiva da Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco e de seus Protocolos está sediada no INCA.

A Convenção contempla, em seu texto — seja na forma de princípios norteadores ou como medidas a serem implementadas —, temas que têm como cerne a proteção à saúde de fumantes e não fumantes. Por exemplo: prevenção à iniciação ao tabagismo; promoção de ambientes livres de fumaça do tabaco; apoio à cessação; proteção ao meio ambiente; e incentivo a atividades alternativas economicamente viáveis. Visando ilustrar a complexidade dessa Política, podemos citar:

Artigo 5

Obrigações Gerais

1. (...)
2. (a) adotar e implementar medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas e cooperar, quando apropriado, com outras Partes na elaboração de políticas adequadas para prevenir e reduzir o consumo de tabaco, a dependência da nicotina e a exposição à fumaça do tabaco.

3. Ao estabelecer e implementar suas políticas de saúde pública relativas ao controle do tabaco, as Partes agirão para proteger essas políticas dos interesses comerciais ou de outros *interesses garantidos para a indústria do tabaco, em conformidade com a legislação nacional.*

Artigo 6

Medidas relacionadas a preços e impostos para reduzir a demanda de tabaco

1. As Partes reconhecem que medidas relacionadas a preços e impostos são meios eficazes e importantes para que diversos segmentos da população, em particular os jovens, reduzam o consumo de tabaco.

2. Sem prejuízo do direito soberano das Partes em decidir e estabelecer suas respectivas políticas tributárias, cada Parte levará em conta seus objetivos nacionais de saúde no que se refere ao controle do tabaco e adotará ou manterá, quando aplicável, medidas como as que seguem:

(a) aplicar aos produtos do tabaco políticas tributárias e, quando aplicável, políticas de preços para contribuir com a consecução dos objetivos de saúde tendentes a reduzir o consumo do tabaco;

(b) proibir ou restringir, quando aplicável, aos viajantes internacionais, a venda e/ou a importação de produtos de tabaco livres de imposto e livres de tarifas aduaneiras.

3. As Partes deverão fornecer os índices de taxaço para os produtos do tabaco e as tendências do consumo de produtos do tabaco, em seus relatórios periódicos para a Conferência das Partes, em conformidade com o artigo 21.

Artigo 12

Educação, comunicação, treinamento e conscientização do público

Cada Parte promoverá e fortalecerá a conscientização do público sobre as questões de

controle do tabaco, utilizando, de maneira adequada, todos os instrumentos de comunicação disponíveis. Para esse fim, cada Parte promoverá e implementará medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas efetivas para promover:

- (a) amplo acesso a programas eficazes e integrais de educação e conscientização do público sobre os riscos que acarretam à saúde, o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, incluídas suas propriedades aditivas;
- (b) conscientização do público em relação aos riscos que acarretam para a saúde o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, assim como os benefícios que advêm do abandono daquele consumo e dos estilos de vida sem tabaco, conforme especificado no parágrafo 2 do artigo 14;
- (c) (...)
- (d) programas de treinamento ou sensibilização eficazes e apropriados, e de conscientização sobre o controle do tabaco, voltados para trabalhadores da área de saúde, agentes comunitários, assistentes sociais, profissionais de comunicação, educadores, pessoas com poder de decisão, administradores e outras pessoas interessadas;
- (e) (...); e
- (f) conscientização do público e acesso à informação sobre as consequências adversas sanitárias, econômicas e ambientais da produção e do consumo do tabaco.

Artigo 13

Publicidade, promoção e patrocínio do tabaco

1. As Partes reconhecem que uma proibição total da publicidade, da promoção e do patrocínio reduzirá o consumo de produtos de tabaco.
4. No mínimo, e segundo sua Constituição ou seus princípios constitucionais, cada Parte se compromete a:
 - (a) proibir toda forma de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, que promova um produto de tabaco por qualquer meio, que seja falso, equivocado ou enganoso

- ou que possa induzir ao erro, a respeito de suas características, efeitos para a saúde, riscos e emissões;
- (b) exigir que toda publicidade de tabaco e, quando aplicável, sua promoção e seu patrocínio venham acompanhados de advertência ou mensagem sanitária ou de outro tipo de mensagem pertinente;
 - (c) restringir o uso de incentivos diretos ou indiretos, que fomentem a compra de produtos de tabaco pela população;
 - (d) exigir, caso se não tenha adotado a proibição total, a divulgação para as autoridades governamentais competentes de todos os gastos da indústria do tabaco em atividades de publicidade, promoção e patrocínios, ainda não proibidos. Essas autoridades poderão divulgar aquelas cifras, de acordo com a legislação nacional, ao público e à Conferência das Partes, de acordo com o Artigo 21;
 - (e) proceder, em um prazo de cinco anos, a proibição total ou, se a Parte não puder impor a proibição total em razão de sua Constituição ou de seus princípios constitucionais, a restrição da publicidade, da promoção e do patrocínio do tabaco no rádio, televisão, meios impressos e, quando aplicável, em outros meios, como a internet;
 - (f) proibir ou, no caso de uma Parte que não possa fazê-lo em razão de sua Constituição ou de seus princípios constitucionais, restringir o patrocínio do tabaco a eventos e atividades internacionais e/ou a seus participantes.

Observações

Em 2008, a Terceira Sessão da Conferência das Partes (COP3) adotou as diretrizes para a implementação do Artigo 13, a fim de auxiliar as Partes no cumprimento de suas obrigações nos termos desse artigo. As diretrizes identificam formas de publicidade, promoção e patrocínio do tabaco (TAPS) que devem ser cobertas por proibições abrangentes.

Não obstante, desde que as diretrizes para implementação do Artigo 13 foram adotadas, a mídia de entretenimento digital transfronteiriça expandiu-se, inclusive por meio de um acesso mais amplo a internet, mídia social, *smartphones*, vídeos, filmes e jogos

digitais. Essas formas de mídia digital vêm sendo usadas para publicidade, promoção e patrocínio de produtos de tabaco e têm o potencial de ampliar a exposição, favorecendo a experimentação e a instalação da dependência, especialmente entre jovens.

O impacto da publicidade, da promoção e do patrocínio de produtos de tabaco também é aprimorado por meio de plataformas de comunicação digital, uma vez que os usuários podem criar conteúdo, interagir com ele e endossá-lo publicamente.

Artigo 14

Medidas de redução de demanda relativas à dependência e ao abandono do tabaco

1. Cada Parte elaborará e divulgará diretrizes apropriadas, completas e integradas, fundamentadas em provas científicas e nas melhores práticas, tendo em conta as circunstâncias e prioridades nacionais, e adotará medidas eficazes para promover o abandono do consumo do tabaco, bem como o tratamento adequado à dependência do tabaco.

2. Para esse fim, cada Parte procurará:

- (a) criar e aplicar programas eficazes de promoção do abandono do consumo do tabaco em locais tais como instituições de ensino, unidades de saúde, locais de trabalho e ambientes esportivos;
- (b) incluir o diagnóstico e o tratamento da dependência do tabaco e serviços de aconselhamento para o abandono do tabaco em programas, planos e estratégias nacionais de saúde e educação, com a participação, conforme apropriado, de profissionais da área da saúde, agentes comunitários e assistentes sociais;
- (c) estabelecer, nos centros de saúde e de reabilitação, programas de diagnóstico, aconselhamento, prevenção e tratamento da dependência do tabaco; e
- (d) colaborar com outras Partes para facilitar a acessibilidade e exequibilidade dos tratamentos de dependência do tabaco, incluídos produtos farmacêuticos, em conformidade com o artigo 22. Esses produtos e seus componentes podem incluir medicamentos e produtos usados para administrar medicamentos ou para

diagnósticos, quando apropriado.

Artigo 16

Venda a menores de idade ou por eles

1. Cada Parte adotará e aplicará, no nível governamental apropriado, medidas legislativas, executivas, administrativas ou outras medidas efetivas para proibir a venda de produtos de tabaco aos menores de idade – conforme determinado pela legislação interna, pela legislação nacional ou a menores de dezoito anos. Essas medidas poderão incluir o seguinte:

- (a) exigir que todos os vendedores de produtos de tabaco coloquem, dentro de seu ponto de venda, um indicador claro e proeminente sobre a proibição de venda de tabaco a menores e, em caso de dúvida, exijam que o comprador apresente prova de ter atingido a maioridade;
- (b) proibir que os produtos de tabaco à venda estejam diretamente acessíveis, como nas prateleiras de mercado ou de supermercado;
- (c) proibir a fabricação e a venda de doces, comestíveis, brinquedos ou qualquer outro objeto com o formato de produtos de tabaco que possam ser atraentes para menores; e
- (d) garantir que as máquinas de venda de produtos de tabaco em suas jurisdições não sejam acessíveis a menores e não promovam a venda de produtos de tabaco a menores.

2. Cada Parte proibirá ou promoverá a proibição da distribuição gratuita de produtos de tabaco ao público – e, principalmente, a menores.

3. Cada Parte procurará proibir a venda avulsa de cigarros ou em embalagens pequenas, que tornem mais acessíveis esses produtos aos menores.

3. O TEMA DA CAMPANHA DO DIA MUNDIAL SEM TABACO 2026: “DESMASCARANDO O APELO – COMBATENDO A DEPENDÊNCIA DE NICOTINA E TABACO”.

A campanha do Dia Mundial sem Tabaco 2026 tem o seguinte tema, definido pela Organização Mundial da Saúde: **DESMASCARANDO O APELO – COMBATENDO A DEPENDÊNCIA DE NICOTINA E TABACO**. O tabagismo é uma grave ameaça à saúde global, matando mais de 8 milhões de pessoas por ano.

Adolescentes entre 13 e 15 anos já são vítimas do consumo de tabaco e produtos de nicotina em muitos países. O Dia Mundial sem Tabaco 2026 da OMS tem como foco expor como a indústria do tabaco e da nicotina continua a reinventar e reformular seus produtos para atrair uma nova geração, especialmente crianças e adolescentes, ao mesmo tempo em que dribla medidas mais rigorosas de controle do tabaco em todo o mundo (WHO, 2025).

A importância do tema escolhido está em assegurar o direito à saúde de crianças, adolescentes, jovens e da população em geral, em consonância com o compromisso que o Brasil assumiu ao ratificar a CQCT. Impor limites à indústria do tabaco tem sido uma das prioridades mundiais no campo da saúde pública. As legislações dos países têm estabelecido novas regulamentações que restringem a atuação das empresas de tabaco, especialmente no que diz respeito às ações de publicidade e promoção dos produtos e marcas. Crianças, adolescentes e jovens estão entre os principais públicos protegidos por essas legislações, por serem alvos estratégicos da indústria do tabaco, interessada em garantir e ampliar seu mercado consumidor.

3.1. Sobre o tema *Desmascarando o apelo – Combatendo a dependência de nicotina e tabaco*

A indústria do tabaco tem como alvo crianças e adolescentes, buscando substituir as mais de oito milhões de pessoas que seus produtos matam todos os anos.

Dados alarmantes revelam a dimensão do problema: estima-se que pelo menos 40 milhões de pessoas no mundo façam uso atual de pelo menos um produto de tabaco. **Destas, 20 milhões fumam cigarros e 10 milhões utilizam tabaco sem fumaça (oral ou nasal)**. Além disso, pelo menos 15 milhões de

adolescentes de 13 a 15 anos utilizam cigarros eletrônicos e, nos países com dados disponíveis, crianças apresentam, em média, probabilidade nove vezes maior do que os adultos de usar esses dispositivos (WHO, 2025).

À luz de décadas de progresso na redução do consumo do tabaco, as táticas da indústria permanecem implacáveis. As empresas estão promovendo agressivamente produtos novos e emergentes de nicotina, como cigarros eletrônicos, sachês de nicotina e dispositivos com nicotina sintética — frequentemente disfarçados de “inovação” — para manter a dependência e recrutar novos usuários. Essas estratégias ameaçam reverter conquistas duramente alcançadas no controle do tabaco e na saúde pública (WHO, 2025)

Um dos principais desafios que a saúde pública enfrenta hoje é o grande apelo do tabaco, da nicotina e de produtos relacionados, especialmente entre jovens. A indústria busca sistematicamente encontrar formas de tornar estes produtos mais atrativos, adicionando sabores e outros agentes que modificam o seu odor, sabor ou aparência. Esses aditivos têm como objetivo mascarar a aspereza do tabaco e, dessa forma, melhorar sua palatabilidade, principalmente pensando nos jovens.

Outras táticas da indústria incluem (WHO, 2024b):

- **Estratégias de marketing glamorosas** — designs elegantes, cores ousadas e sabores atraentes são estrategicamente usados para atrair um público mais jovem, especialmente por meio da mídia digital.
- **Aromatizantes e aditivos refrescantes** — esses produtos podem tornar a experiência mais agradável, aumentando a probabilidade de uso continuado e reduzindo as chances de parar de fumar.
- **Produtos como os dispositivos eletrônicos para fumar** — tais produtos têm sido associados a sérios danos à saúde, além de favorecerem a iniciação ao consumo e dificultarem os processos de cessação do tabagismo. Diante desses riscos, a fabricação, a importação, a comercialização, a distribuição, o armazenamento, o transporte e a propaganda desses dispositivos são proibidos no Brasil, conforme estabelecido pela Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa (RDC) nº 855/2024.
- **Designs enganosos** — alguns produtos fazem referência a doces, balas e há até a utilização de personagens de desenhos animados, itens que as crianças naturalmente consideram atraentes.

Além dos pontos citados, ressalta-se a **inserção de imagens de consumo de produtos de tabaco em produções audiovisuais, especialmente as veiculadas em serviços de *streaming***, mas não se restringindo a eles. Os programas na TV aberta, principalmente na programação “ao vivo” também utilizam esse subterfúgio. O consumo de cigarros é um tema recorrente e controverso no Big Brother Brasil, por exemplo, com a produção oferecendo maços aos fumantes, alegando que os cigarros funcionariam como um escape para a tensão do confinamento. No BBB 26 (atual), o excesso de cigarros de participantes gerou debates sobre saúde e críticas.

Apesar das proibições de publicidade em diferentes países, a indústria do tabaco mantém assim a visibilidade de seus produtos dentro da indústria do entretenimento em programas, filmes, séries e, até mesmo, videoclipes e videogames. Como resultado, tais cenas, que driblam legislações restritivas e promovem a validação social do consumo desses produtos perante o público, o que potencializa o surgimento de novos consumidores entre os espectadores, especialmente, crianças, adolescentes e jovens.

A organização estadunidense Truth Initiative publicou anualmente, entre 2018 e 2023, o relatório “*While You Were Streaming*” sobre a presença de imagens de tabaco em telas. A edição de 2023 (que utiliza informações do ano de 2022) revela que:

- A inserção de produtos de tabaco nos programas mais populares entre jovens de 15 a 24 anos nos Estados Unidos aumentou 110% entre 2021 e 2022.
- Os oito programas com conteúdo de tabaco entre os 15 mais populares foram “Dahmer – Monster: The Jeffrey Dahmer Story” (Netflix), “Euphoria” (HBO), “Os Simpsons”(Fox), “Stranger Things” (Netflix), “The Walking Dead”(AMC), “Family Guy” (Fox), “Bob’s Burgers” (Fox) e “Law & Order” (NBC). Metade desses programas foram classificados como faixa etária de 14 anos e dois apresentaram uso de tabaco por menores.
- As imagens de tabaco nos programas mais assistidos em “maratonas” (hábito de assistir episódios em sequência) quase quadruplicaram.
- Embora menos filmes lançados em 2022 contivessem imagens de tabaco em comparação com 2021 (35% x 47%) e o número de representações tenha diminuído no geral, as cenas com tabaco aumentaram em filmes com classificação indicativa livre.

De acordo com a pesquisa ***Exposure to tobacco imagery in streaming television is associated***

with increased intentions to smoke and vape (2026), em comparação com jovens com baixa exposição a imagens de tabaco, a exposição moderada e alta foi associada a um aumento de 61% e 176%, respectivamente, na probabilidade de aumento da intenção de usar cigarros eletrônicos, e de 104% e 168%, respectivamente, na probabilidade de aumento da intenção de fumar cigarros convencionais. Interações. *O estudo fez a análise da quantidade de imagens de tabaco em 60 séries populares de streaming com uma nova temporada veiculada entre 2019 e 2022, e promoveu pesquisa online com 1032 jovens de 15 a 24 anos foram realizadas para examinar a relação entre a exposição a imagens de tabaco em serviços de streaming e a intenção de uso.*

Tais estratégias podem contribuir para a iniciação precoce do consumo de tabaco ou de nicotina, conduzindo a potenciais dependências e consequências para a saúde ao longo da vida. Ao apresentar estes produtos de uma forma mais atrativa, a indústria não apenas expande seu mercado atual de consumidores, como também torna mais difícil a cessação do tabagismo, prolongando a exposição a substâncias nocivas. O tabaco é a segunda droga mais consumida entre os estudantes, e a utilização da nicotina é considerada por estudiosos como uma porta de entrada para o uso de drogas ilícitas (RODRIGUES, 2009).

A Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar, PeNSE 2024, de abrangência nacional, revelou que, entre estudantes de 13 a 17 anos, 18,3% dos meninos e 18,8% das meninas experimentaram cigarro alguma vez na vida (IBGE, 2026).

Documentos internos da indústria do tabaco revelam que seu objetivo é tornar os usuários dependentes de seus produtos. Evidências científicas apontam que uma das principais consequências das estratégias de mercado é que a maioria dos fumantes se tornou dependente ainda na adolescência. Ademais, grande parte deles deseja deixar de fumar, mas encontra dificuldades devido à elevada capacidade da nicotina de causar dependência química.

Cabe ressaltar que crianças, adolescentes e jovens estão em processo de desenvolvimento e são mais vulneráveis às estratégias da indústria do tabaco que visam a promover a iniciação. Com o objetivo de vivenciar novas experiências, se colocar como indivíduo capaz de fazer escolhas independentes, desafiar regras e satisfazer a necessidade de pertencer e ser aceito pelo grupo, os jovens acabam fazendo escolhas que podem prejudicar a própria saúde (BRASIL, 2022). Essas escolhas não se dão ao acaso; há um conjunto de fatores que contribuem para que eles experimentem e passem a consumir um

determinado produto, como os produtos derivados de tabaco, por exemplo. Esse cenário afeta de forma mais intensa crianças e adolescentes inseridos em contextos de maior vulnerabilidade social, econômica e territorial.

Convém destacar que fatores como desigualdades socioeconômicas, raciais e territoriais, associados à maior exposição às estratégias de marketing da indústria do tabaco, contribuem para a manutenção das iniquidades em saúde relacionadas ao tabagismo. Considerando ainda os Determinantes Comerciais e Sociais da Saúde, reconhece-se que o consumo de tabaco não se distribui de maneira homogênea na população, concentrando-se em grupos expostos a desigualdades estruturais. Nesses contextos, a maior prevalência do tabagismo amplia a exposição cotidiana ao consumo no ambiente familiar, comunitário e social, favorecendo a naturalização do comportamento e aumentando a probabilidade de iniciação precoce e de reprodução intergeracional do uso.

A campanha do Dia Mundial sem Tabaco 2026 pretende alertar governos e formadores de opinião sobre as estratégias adotadas pela indústria do tabaco para atrair novos consumidores — notadamente crianças, adolescentes e jovens — e torná-los dependentes de nicotina. A campanha também:

- visa expor as táticas da indústria; e
- avançar em políticas para proteger jovens e comunidades da dependência de nicotina.

Nesse sentido, conclama governos, parceiros e a sociedade civil a fortalecer a regulamentação, suprir lacunas nas políticas existentes e proteger as futuras gerações dos danos causados pelos produtos de tabaco e nicotina.

Vale reiterar que, no Brasil, de acordo com a Lei 12.546, de dezembro de 2011, todas as formas de propaganda de produtos de tabaco estão proibidas e a exposição deles para a venda em estabelecimentos comerciais deve ser sempre acompanhada de advertências sanitárias. O patrocínio de eventos culturais e esportivos pelas marcas de produtos de tabaco também está proibido.

Para reduzir o consumo de produtos de tabaco e evitar que crianças, adolescentes e jovens comecem a fumar, é importante que os países membros adotem as medidas previstas na CQCT, notadamente nos artigos 12 e 13.

Contudo, tem-se observado que as indústrias conseguem encontrar brechas para promover ações de divulgação, mesmo com a proibição por Lei. Um exemplo é o patrocínio a eventos relacionados à

parada LGBTQIAPN+ de São Paulo¹, em 2024. Nota-se também o aumento de referência ao consumo de produtos derivados de tabaco ou com outros tipos de nicotina em produções audiovisuais, especialmente dos serviços de *streaming*.

3.2. Os 30 anos da a Lei Federal nº 9.294/1996

A partir da promulgação da *Lei Federal nº 9.294*², de 15 de julho de 1996, o Brasil passou a contar com legislação que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos derivados do tabaco. É a partir de então que se torna “vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência”. A lei também fez referência à proibição do uso de produtos do tabaco em recintos fechados³.

Ao completar 30 anos, a Lei Federal nº 9.294 consolida-se como um marco no controle do tabagismo, especialmente pela eficácia na restrição da publicidade convencional. No entanto, a alusão à essa legislação se torna um momento crucial para refletirmos sobre o tema proposto pela OMS para o Dia Mundial sem Tabaco 2026, já que precisamos refletir sobre as atualizações necessárias para enfrentar os novos apelos da indústria do tabaco.

¹ <https://apublica.org/2024/05/apesar-de-restricoes-philip-morris-patrocina-evento-cultural-na-parada-lgbtqia-de-sp/>

² https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9294.htm

³ Vale ressaltar que a proibição de fumo em locais fechados foi regulamentada em 2011 pela Lei 12.546, de 14 de dezembro de 2011.

4. AÇÕES DO INCA PARA O DIA MUNDIAL SEM TABACO 2026

4.1. A campanha no Brasil

A partir do tema proposto pela OMS, “*Desmascarando o apelo – combatendo a dependência de nicotina e tabaco*”, sugere-se uma campanha com foco nas estratégias que possibilitem:

- alertar sobre os danos que os produtos de tabaco e nicotina causam à saúde;
- difundir informações sobre o uso de aditivos de sabor em produtos de tabaco e nicotina e o seu potencial para promover a iniciação, causar dependência e dificultar a cessação;
- informar sobre a presença da publicidade e promoção de produtos derivados de tabaco e com outros tipos de nicotina nas mídias digitais e streamings;
- alertar sobre a inserção de cenas de consumo de produtos derivados de tabaco ou com outros tipos de nicotina em séries e filmes (inclusive os recomendados para o público menor de 18 anos e jovens), o que pode influenciar deixar estes públicos expostos a tais produtos;
- reforçar a importância da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 para o controle do tabaco e do tabagismo no Brasil, que completa 30 anos em 2026.

A campanha será produzida pela área de Publicidade da Assessoria de Comunicação do Ministério da Saúde (Ascom/MS).

4.2. Evento sobre a data

Com o objetivo de ampliar a visibilidade do tema da OMS, propõe-se a realização de evento no dia 28 de maio, na cidade do Rio de Janeiro. A programação, ainda em fase de elaboração, deverá conter apresentações sobre:

- a relevância do tema da OMS,
- a importância da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 para o controle do tabagismo no Brasil; e
- o lançamento de estudo sobre a interferência da indústria do tabaco contra a proibição de aditivos no Brasil.

Nos últimos 20 anos, o Brasil consolidou avanços relevantes no controle do tabaco, incluindo a adoção de ambientes livres de fumo, a ampliação das advertências sanitárias nos maços de cigarros, a expansão do programa para cessação do tabagismo no SUS e o monitoramento epidemiológico contínuo.

No entanto, desafios persistem, como os baixos preços dos cigarros convencionais, o comércio ilegal desses produtos, a comercialização de produtos com aditivos e saborizantes, bem como a publicidade em mídias digitais, entre outros.

O evento comemorativo do Dia Mundial sem Tabaco 2026 oferecerá uma oportunidade para debater esses temas à luz das estratégias da indústria do tabaco, fortalecer o compromisso do país com a CQCT e discutir uma visão de futuro para os próximos anos.

4.2.1 Público-alvo do evento

A solenidade tem como público-alvo:

- autoridades da área de saúde;
- autoridades do Legislativo;
- coordenadores/referências técnicas de controle do tabagismo de todas as secretarias estaduais;
- integrantes da Conicq;
- gestores e profissionais de saúde;
- sociedades médicas, sociedade civil e demais parceiros do controle do tabaco; e
- imprensa

4.2.2 Informações gerais do evento

- **Data:** 28 de maio de 2026 (quinta-feira)
- **Horário:** 10h
- **Local:** a definir (na cidade do Rio de Janeiro)

4.4. Ações nos estados

Todos os anos, em 31 de maio, o **Dia Mundial sem Tabaco** mobiliza comunidades, indivíduos e governos em todo o mundo a demonstrar apoio, se manifestar coletivamente e realizar ações de controle do tabagismo. O INCA, como articulador do Programa Nacional de Controle do Tabagismo, sugere que as

coordenações de controle do tabagismo das Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde e do Distrito Federal promovam ações de divulgação do tema de 2026 e das peças da campanha.

Entre as sugestões de atividades que possibilitem à população conhecer e se informar sobre o assunto, estão:

- atividades culturais, tais como shows de músicas, danças e espetáculos em geral abordando o tema;
- concursos culturais de cordel, poesia, paródias e desenhos relacionados à temática nas escolas, com apresentações dos trabalhos para a comunidade local;
- criação de aplicativos/games que visem a promover a saúde e prevenir o tabagismo e o uso de aditivos;
- inserção de materiais, vídeos, podcasts e outros conteúdos de promoção da saúde e prevenção do tabagismo nas redes sociais das escolas e instituições que atendam a população mais jovem;
- realização de aulas, oficinas, palestras, rodas de conversa e brincadeiras ou outras atividades pedagógicas nas escolas para a promoção à saúde e prevenção ao tabagismo, utilizando os materiais do Programa Saber Saúde (PSS) e os do Programa Saúde na Escola (PSE):
 - Caderno temático do Programa Saúde na Escola: prevenção do uso do tabaco; e
 - Guia de bolso do Programa Saúde na Escola: prevenção do uso do tabaco
 - Materiais do Programa Saber Saúde:
<https://ninho.inca.gov.br/jspui/handle/123456789/13449>.

Observação: a viabilidade dessas ações é grande, pois já ocorre inserção da equipe de saúde nas escolas aderidas ao PSE.

- acionar ONGs, grêmios estudantis e outros coletivos de jovens locais para consultoria e estímulo à sua atuação como agentes promotores da saúde contra o tabagismo.
- desenvolvimento de parcerias, criando uma rede local entre instituições públicas e privadas e o comércio para efetivar a proibição da venda de produtos de tabaco aos menores de 18 anos;
- organização de eventos virtuais, como webinários técnicos e *lives*, ou eventos presenciais para a capacitação de profissionais das áreas de educação, saúde, vigilância sanitária, comunicação social, jurídica e outras interessadas na problemática em questão, tais como profissionais dos Procons e da segurança pública;

- atividades com a presença de formadores de opinião, como artistas locais, influenciadores, cantores, atores, atletas e demais personalidades (sem conflito de interesse) que possam contribuir para colocar o tema em evidência, destacando que o acesso à saúde é um direito humano;
- entrevistas em rádios e canais de TV com especialistas e jovens (destaque para os danos do cigarro eletrônico);
- *podcasts* sobre o tema “estratégias da indústria do tabaco”;
- vídeo interativo entre jovens falando sobre o tema na perspectiva da saúde pública;
- desenvolver atividades voltadas aos povos e comunidades tradicionais para crianças e adolescentes, focadas na prevenção do tabagismo e na promoção da saúde, integrando cultura, saberes tradicionais e protagonismo juvenil. Essas ações valorizam a identidade cultural das comunidades, estimulam participação ativa e fortalecem o vínculo entre educação, saúde e tradição local.

5. RESUMO

5.1. Qual o tema do Dia Mundial sem Tabaco 2026?

Desmascarando o apelo – combatendo a dependência de nicotina e tabaco.

5.2. Qual o objetivo da campanha?

De acordo com a OMS, a campanha do Dia Mundial sem Tabaco 2026 tem como objetivos:

- aumentar a conscientização sobre as estratégias em evolução da indústria do tabaco e da nicotina, incluindo o uso de nicotina sintética, sais de nicotina e análogos para aumentar o potencial de dependência enquanto aparentam ser tecnologicamente avançados;
- defender ações políticas mais rigorosas para proteger os jovens, por meio de proibições de sabores, publicidade e promoção (inclusive em mídias digitais e sociais), além da regulamentação de embalagens e do design de produtos que aumentam seu apelo; e
- prevenir a dependência e reduzir a demanda, fornecendo ao público — especialmente aos jovens — conhecimento e ferramentas para resistir à manipulação da indústria e acessar apoio para parar de fumar baseado em evidências.

No Brasil, também é importante:

- alertar sobre os danos que os produtos de tabaco e nicotina causam à saúde;
- difundir informações sobre o uso de aditivos de sabor em produtos de tabaco e nicotina e o seu potencial para promover a iniciação, causar dependência e dificultar a cessação;
- informar sobre a presença da publicidade e promoção de produtos derivados de tabaco e com outros tipos de nicotina nas mídias digitais e streamings;
- alertar sobre a inserção de cenas de consumo de produtos derivados de tabaco ou com outros tipos de nicotina em séries e filmes (inclusive os recomendados para o público menor de 18 anos e jovens), o que pode influenciar deixar estes públicos expostos a tais produtos;
- reforçar a importância da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 para o controle do tabaco e do tabagismo no Brasil, que completa 30 anos em 2026.

5.3. Qual a mensagem-chave da campanha?

Os produtos de nicotina e de tabaco são altamente viciantes e prejudiciais, atraindo as pessoas para uma armadilha. Descubra a verdade, desmascarando o apelo desses produtos, expondo a indústria e lutando por um futuro mais saudável.

Tais estratégias podem contribuir para a iniciação precoce do consumo de tabaco ou de nicotina, conduzindo a potenciais dependências e consequências para a saúde ao longo da vida. Ao apresentar estes produtos de uma forma mais atrativa, a indústria não apenas expande seu mercado atual de consumidores, como também torna mais difícil a cessação do tabagismo, prolongando a exposição a substâncias nocivas. O tabaco é a segunda droga mais consumida entre os estudantes, e a utilização da nicotina é considerada por estudiosos como uma porta de entrada para o uso de drogas ilícitas (RODRIGUES, 2009).

5.4. Qual o público-alvo da campanha?

- Primário: população em geral.
- Secundário: profissionais de saúde e formuladores de políticas públicas.

5.5. Qual o cenário relacionado ao Dia Mundial sem Tabaco 2026?

Estratégias da Indústria

As estratégias de marketing da indústria do tabaco são globais e envolvem, entre outras ações:

- publicidade (tanto em meio físico quanto virtual);
- utilização de aditivos que conferem sabor e odor agradáveis aos produtos, além de aumentar o poder de causar dependência;
- promoção do acesso;
- criação de embalagens sofisticadas;
- inserção de imagens de consumo de produtos de tabaco em produções audiovisuais.

Ações no Brasil

Vale reiterar que, no Brasil, de acordo com a Lei 12.546, de dezembro de 2011, todas as formas de propaganda de produtos de tabaco estão proibidas, permitindo-se somente a exposição deles para a

venda em estabelecimentos comerciais, sempre acompanhados de advertências sanitárias. O patrocínio de eventos culturais e esportivos pelas marcas de produtos de tabaco também está proibido.

A regulação dos dispositivos eletrônicos de fumar no Brasil foi atualizada recentemente pela Anvisa. A decisão foi tomada após extensa avaliação de seus riscos e impactos à saúde pública brasileira. A Resolução da Diretoria Colegiada RDC nº 855/2024 manteve a proibição de fabricar, importar, comercializar, distribuir, armazenar e transportar, além da propaganda de todos os dispositivos eletrônicos para fumar. Importante ressaltar que o uso desses dispositivos e de qualquer dispositivo fumígeno é proibido em qualquer ambiente coletivo fechado, desde 1996, conforme previsto na Lei 9.294/1996.

5.6. Dados do Brasil

PREVALÊNCIA

- **Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel, 2024):** a prevalência de adultos fumantes **no conjunto das capitais de estados brasileiros e no Distrito Federal**, foi de 11,5%, sendo maior no sexo masculino (13,9%) do que no feminino (9,5%).
- **Pesquisa Nacional de Saúde (2019):** entre os adultos, a prevalência de usuários atuais de produtos derivados de tabaco — fumado ou não fumado, de uso diário ou ocasional — foi de 12,8% (20,4 milhões de pessoas).

EXPERIMENTAÇÃO

- **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (IBGE, 2026):** 18,5% dos escolares de 13 a 17 anos já experimentaram cigarro alguma vez na vida. O percentual de estudantes que experimentaram é maior nas escolas públicas (19,8%) que nas escolas privadas (11,5%).

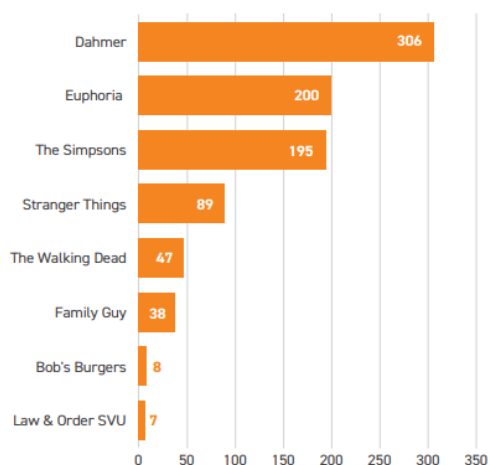
6. EXEMPLOS DE “APELOS” DA INDÚSTRIA DO TABACO

Vídeo [While you were streaming 2023: lights, camera, Tobacco?](#) — Truth Initiative



Achados do Relatório [While you were streaming 2023](#) — Truth Initiative

Top 2022 shows with tobacco incidents



Note: The remaining top 15 shows, "Wednesday," "Rick & Morty," "Riverdale," "Teen Titans Go," "South Park," "Looney Toons Cartoons," and "The Flash," contained zero tobacco incidents.



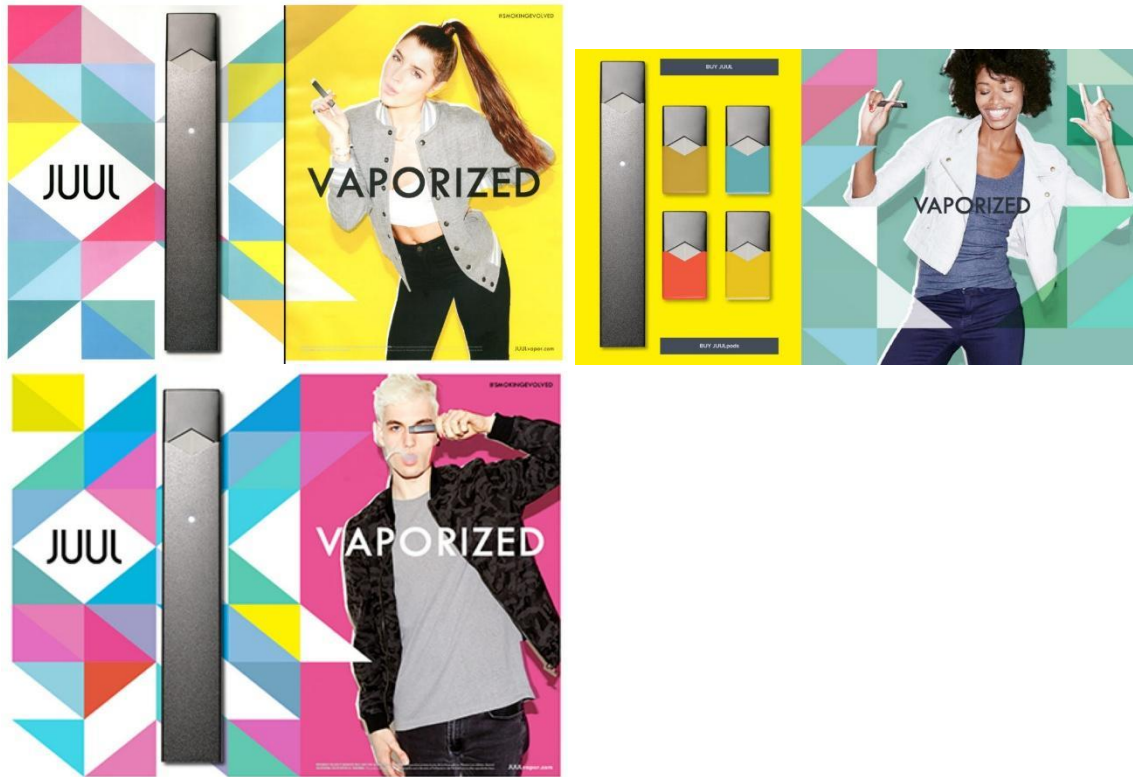


Capa da [Vanity Fair com Kylie Jenner](#)⁴— Edição *Spring 2026*



⁴ Kylie Jenner é empresária, influenciadora digital e personalidade da televisão norte-americana, que se destacou por participar dos reality-shows documentais *Keeping Up with the Kardashians*, *The Kardashians* e *Life of Kylie*. Também é detentora de um dos perfis mais seguidos do Instagram.

Campanha Vaporized da JUUL (marca de DEF)



Divulgação de Puff Bar (DEF)



7. REFERÊNCIAS

ALIANÇA DE CONTROLE DO TABAGISMO. **Relatório final: As crianças na mira da indústria do tabaco**. 3ª edição, 2015. Disponível em: https://actbr.org.br/uploads/arquivo/1047_relatorio_final_24nov.pdf. Acesso em: 06 mar. 2025.

AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS. **Tobacco Use: a pediatric disease**. Pediatrics, v. 124, n. 5, 2009. Available at: <https://pediatrics.aappublications.org/content/124/5/1474>. Access in: 06 mar. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças Não Transmissíveis. **Vigitel Brasil 2021: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2021** [recurso eletrônico]. Brasília, DF, 2022.

BRASIL. Lei 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 16 jul. 1990.

BRASIL. Ministério da Saúde; Ministério da Educação. **Caderno temático do Programa Saúde na Escola: prevenção do uso do tabaco** [recurso eletrônico]. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/prevencao_uso_tabaco_.pdf Acesso em: 06 mar. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde; Ministério da Educação. **Guia de Bolso do Programa Saúde na Escola: prevenção do uso do tabaco** [recurso eletrônico]. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/publicacoes/guia_bolso_pse.pdf Acesso em: 12 mar. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional de Saúde 2019: percepção do estado de saúde, estilos de vida, doenças crônicas e saúde bucal: Brasil e grandes regiões** / IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, p.113, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2024**. Rio de Janeiro: IBGE, 2026. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102266> Acesso em: 30 mar. 2026.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. **Notas Técnicas para o controle do tabagismo: Aditivos em cigarros**. Rio de Janeiro: INCA, 2014. Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/aditivos_cigarros_notas_tecnicas.pdf. Acesso em: 19 mar. 2025.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. **Convenção-Quadro para Controle do Tabaco: texto oficial**. 2. reimpr. Rio de Janeiro: INCA, 2015. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/sites/ufu.sti.inca.local/files//media/document//convencao-quadro-para-controle-do-tabaco-texto-oficial.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2025.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. **Notas Técnicas para o controle do tabagismo: Tabaco: uma ameaça ao**



desenvolvimento. Rio de Janeiro: INCA, 2019. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/publicacoes/notas-tecnicas/tabaco-uma-ameaca-ao-desenvolvimento>
Acesso em: 17 mar. 2025

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. **Doenças relacionadas ao tabagismo.** Rio de Janeiro: INCA, 2023. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco/doencas-relacionadas-ao-tabagismo>. Acesso em: 17 mar. 2025.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. **Nota Técnica Dispositivos Eletrônicos para Fumar.** Rio de Janeiro: INCA, 2023. Disponível em:
https://ninho.inca.gov.br/jspui/bitstream/123456789/15301/1/Nota_Tecnica_INCA_DispositivoEletronicoosparaFumar_2023.pdf. Acesso em: 17 mar. 2025.

RODRIGUES, M. C. et al. **Prevalência do tabagismo e associação com o uso de outras drogas entre escolares do Distrito Federal.** Jornal Brasileiro de Pneumologia. v. 35, n. 10, p. 986-991, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/hxmqw5jyCZwLfjL4PWxPY9s/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 mar. 2025.

SILVER NA, DIMAYA B, KIERSTEAD EC, ISKRA M, AL-SHAWAF M, TYNAN MA, RATH JM. **Exposure to tobacco imagery in streaming television is associated with increased intentions to smoke and vape.** Addict Behav Rep. 2026 Jan 13. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/hxmqw5jyCZwLfjL4PWxPY9s/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 mar. 2026.

STANFORD UNIVERSITY. Stanford Research Into the Impact of Tobacco Advertising. Site. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>. Acesso em: 11 mar. 2026.

TRUTH INITIATIVE. **Tobacco in pop culture.** Site. Disponível em:
<https://truthinitiative.org/our-top-issues/pop-culture-issue>. Acesso em: 11 mar. 2026.

TRUTH INITIATIVE. **While you were streaming 2023 Report.** Disponível em:
<https://truthinitiative.org/our-top-issues/pop-culture-issue>. Acesso em: 11 mar. 2026.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Fact Sheet. **Tobacco.** [Geneva]: WHO, 2021. Disponível em:
<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>. Acesso em: 11 mar. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO report on the global tobacco epidemic 2021: addressing new and emerging products.** Jul. 2021. Available at: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240032095>. Access in: 11 mar. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. News. **Tobacco use declines despite tobacco industry efforts to jeopardize progress** [Geneva]: WHO, 2024a. Disponível em: <https://www.who.int/news/item/16-01-2024-tobacco-use-declines-despite-tobacco-industry-efforts-to-jeopardize-progress>. Acesso em: 06 mar. 2025.



WORLD HEALTH ORGANIZATION. News. **World No Tobacco Day: Unmasking the appeal**. [Geneva]: WHO, 2024b. Disponível em:
<https://www.who.int/news/item/11-11-2024-no-tobacco-day-2025--unmasking-the-appeal>. Acesso em: 11 mar. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. News. World No Tobacco Day 2026. Unmasking the appeal – countering nicotine and tobacco addiction. [Geneva]: WHO, 2025.
Disponível em: <https://www.who.int/news/item/17-10-2025-world-no-tobacco-day-2026--unmasking-the-appeal---countering-nicotine-and-tobacco-addiction>. Acesso em: 23 fev. 2026

8. ANEXOS

8.1. Matérias sobre estratégias da Indústria

[“Eu fumo em época de prova”: vapes nas escolas atraem estudantes ansiosos, enquanto famílias subestimam perigos](#)

Especialistas relatam que pais e usuários jovens negligenciam os riscos à saúde causados pelos cigarros eletrônicos; dados oficiais apontam que 290 mil pessoas entre 18 e 24 anos usam dispositivos.

O joio e o trigo, 19 de novembro de 2024

[A ex-Souza Cruz de mãos dadas com grupos de comunicação na defesa dos cigarros eletrônicos](#)

Parcerias vestidas como informativas misturam executivos da corporação do tabaco com o jornalismo de interesse privado no limbo do conteúdo patrocinado.

O Joio e O Trigo, 8 de abril de 2024

[Cigarro grátis ilegal: por novos clientes, empresas bancam open paiol em festas estudantis](#)

Empresas de palheiros fazem parcerias para distribuir cigarros grátis para cativar novos clientes, ação proibida por lei

Agência Pública, 14 de março de 2024

[Dinheiro do tabaco financiou indiretamente “notícias” sobre vape – até no Brasil](#)

Sites pretensamente independentes espalham informação favorável à indústria do tabaco e ganham “bolsas” para isso

Agência Pública, 16 de janeiro de 2024

[Imprensa promove vapes em “publis” pagas pela indústria do tabaco](#)

Dez veículos publicaram “branded content” pagos pela BAT e Philip Morris defendendo dispositivos eletrônicos para fumar

Agência Pública, 5 de dezembro de 2023

[Especial Redes de nicotina – novos produtos, velhas táticas](#)

Especial investiga as estratégias das empresas tabagistas para liberar os cigarros eletrônicos na América Latina

Agência Pública

[Como a indústria do cigarro esconde os perigos do vape para convencer você a fumar](#)

Intercept Brasil, 19 de outubro de 2020