

Estratégias de Exposição e Venda de Produtos de Tabaco no entorno de Cinco Escolas Públicas Brasileiras

<https://doi.org/10.32635/2176-9745.RBC.2026v72n2.5600>

Strategies for Tobacco Product Marketing and Sales around Five Brazilian Public Schools

Estrategias de Exposición y Venta de Productos de Tabaco en los alrededores de Cinco Escuelas Públicas Brasileñas

Felipe Lacerda Mendes¹; Leticia Casado²; Erica Cavalcanti Rangel³; Cristina de Abreu Perez⁴

RESUMO

Introdução: A Organização Mundial da Saúde alerta que doenças crônicas não transmissíveis, como as causadas pelo tabagismo, são “transmitidas” por práticas comerciais de corporações. A indústria do tabaco busca atrair novos consumidores, utilizando estratégias de publicidade e venda voltadas a crianças e adolescentes. **Objetivo:** Mapear a densidade da oferta de produtos de tabaco no entorno de cinco escolas públicas de ensino fundamental e descrever estratégias de publicidade, exposição e venda, empregadas pela indústria do tabaco e pelo varejo. **Método:** Realizou-se um levantamento descritivo observacional em pontos de venda localizados em um raio de 300 metros das escolas. Os pesquisadores atuaram como observadores, registrando fotografias, sem interferir no funcionamento dos estabelecimentos. Os locais foram georreferenciados para análise da densidade de oferta. **Resultados:** Dos 170 pontos de venda visitados, 48,2% comercializavam produtos de tabaco, com maior incidência em bancas de jornal (35,4%). Destes, 87% vendiam cigarros por unidade e 39% apresentavam tabelas de preços expostas ao consumidor. A análise qualitativa identificou ainda: irregularidades na aplicação das advertências sanitárias; oferta de produtos ilegais (cigarros eletrônicos e contrabandeados); uso de tabelas de preços como publicidade; e exposição de cigarros junto a balas, doces e itens infantis. **Conclusão:** As evidências sugerem desconhecimento ou descumprimento das normas sanitárias por varejistas e possível fragilidade da fiscalização. Conclui-se que há ampla oferta de tabaco no entorno das escolas e práticas que aumentam a acessibilidade e atratividade para menores, indicando necessidade de regulação mais rígida, fortalecimento da vigilância sanitária e ações educativas.

Palavras-chave: Produtos do Tabaco; Publicidade de Produtos Derivados do Tabaco; Tabagismo; Estudantes; Mapeamento Geográfico.

ABSTRACT

Introduction: The World Health Organization has warned that chronic noncommunicable diseases, including those associated with smoking, are “transmitted” through corporate commercial practices. In this context, the tobacco industry employs advertising and sales strategies designed to attract new consumers, particularly children and adolescents. **Objective:** To map the density of tobacco product availability around five public elementary schools and to describe the advertising, display, and sales strategies adopted by the tobacco industry and retailers. **Method:** A descriptive observational survey was conducted at points of sale located within a 300-meter radius of the schools. Researchers acted as non-participant observers and photographed the establishments without interfering with their routine operations. All locations were georeferenced to enable analysis of tobacco supply density. **Results:** Of the 170 points of sale visited, 48.2% sold tobacco products, with the highest proportion observed in newsstands (35.4%). Among establishments selling tobacco, 87% sold single cigarettes and 39% displayed price lists to consumers. Qualitative analysis further revealed irregularities in the application of health warnings, the sale of illegal products (including electronic cigarettes and contraband cigarettes), the use of price lists as a form of advertising, and the placement of cigarettes alongside candies, sweets, and children’s items. **Conclusion:** The findings suggest either limited awareness of health regulations among retailers or non-compliance with such regulations, as well as possible shortcomings in enforcement. Tobacco products were found to be widely available around schools, and retail practices that increase their accessibility and appeal to minors were identified. These findings point to the need for stricter regulation, stronger health surveillance, and targeted educational initiatives.

Key words: Tobacco Products; Tobacco-Derived Products Publicity; Tobacco Use Disorder; Students; Geographic Mapping.

RESUMEN

Introducción: La Organización Mundial de la Salud advierte que las enfermedades crónicas no transmisibles, como las causadas por el tabaquismo, “se transmiten” por las prácticas comerciales corporativas. La industria tabacalera busca atraer nuevos consumidores mediante estrategias publicitarias y de venta dirigidas a niños y adolescentes. **Objetivo:** Mapear la densidad de oferta de productos de tabaco en los alrededores de cinco escuelas primarias públicas y describir las estrategias de publicidad, exhibición y venta empleadas por la industria tabacalera y los minoristas. **Método:** Se realizó una encuesta observacional descriptiva en puntos de venta ubicados en un radio de 300 metros de las escuelas. Los investigadores actuaron como observadores, tomando fotografías sin interferir con el funcionamiento de los establecimientos. Los locales se georreferenciaron para el análisis de la densidad de oferta. **Resultados:** De los 170 puntos de venta visitados, el 48,2% vendía productos de tabaco, con la mayor incidencia en quioscos (35,4%). De estos, el 87% vendía cigarrillos por unidad y el 39% tenía listas de precios expuestas a los consumidores. El análisis cualitativo también identificó irregularidades en la aplicación de las advertencias sanitarias; oferta de productos ilegales (cigarrillos electrónicos y de contrabando); uso de listas de precios como publicidad; y la exhibición de cigarrillos junto con caramelos, golosinas y artículos infantiles. **Conclusión:** La evidencia sugiere una falta de conocimiento o incumplimiento de las regulaciones sanitarias por parte de los minoristas, así como posibles deficiencias en su fiscalización. Se concluye que existe una amplia disponibilidad de tabaco en las inmediaciones de las escuelas y prácticas que aumentan la accesibilidad y el atractivo para los menores, lo que indica la necesidad de una regulación más estricta, un mayor control sanitario e iniciativas educativas.

Palabras clave: Productos de Tabaco; Publicidad de Productos Derivados del Tabaco; Tabaquismo; Estudiantes; Mapeo Geográfico.

^{1,3,4}Instituto Nacional de Câncer (INCA), Secretaria Executiva da Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Uso do Tabaco (SE-Conicq). Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mails: felmendes@yahoo.com.br; cavalcanti.eric@gmail.com; cristinadeabreuperez@gmail.com. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0003-1071-1597>; Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0001-8380-241X>; Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0002-5170-9664>

²INCA, Coordenação de Ensino. Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: leticiac@inca.gov.br. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0001-5962-8765>

Endereço para correspondência: Felipe Lacerda Mendes. Praça Cruz Vermelha, 23, 4º andar – Centro. Rio de Janeiro (RJ), Brasil. CEP 20230-130. E-mail: felmendes@yahoo.com.br



INTRODUÇÃO

Da mesma forma que as doenças infecciosas, a Organização Mundial da Saúde (OMS) preconiza que as doenças crônicas não transmissíveis também podem ser “transmitidas” – não por vetores biológicos, mas por práticas comerciais de grandes corporações multinacionais, que se utilizam de múltiplas estratégias para incentivar a experimentação e o consumo de seus produtos, bem como para impedir regulações restritivas aos seus negócios¹. No caso da indústria do tabaco, seu interesse é atrair novos consumidores nas faixas etárias mais jovens, que alimentam a renovação do seu mercado impactado pela alta letalidade do tabagismo. No Brasil, um estudo estimou que 174 mil fumantes morrem anualmente por doenças causadas pelo fumo².

Para reverter a epidemia global do tabagismo e conter as graves enfermidades associadas, 183 países, incluindo o Brasil, ratificaram a Convenção-Quadro para o Controle do Uso do Tabaco – tratado internacional de saúde pública – que, entre suas obrigações, em seu artigo 13, determina medidas para proibir ou limitar a publicidade, a promoção e o patrocínio de produtos de tabaco³.

Em um ambiente regulatório nacional restritivo à publicidade e à promoção desses produtos nos principais meios de comunicação, a indústria tem investido em alternativas que despertam o interesse e facilitam a experimentação por crianças e adolescentes, tais como componentes aditivos saborizantes e aromatizantes, e em cores, e elementos atraentes nas embalagens que são expostas nos pontos de venda (PDV)⁴. Um estudo com 11 mil alunos de escolas públicas estaduais verificou que, entre aqueles expostos aos maços em PDV, 18,9% eram susceptíveis ao tabagismo, enquanto, entre estudantes não expostos, essa proporção era 6% menor⁵.

Soma-se a isso uma análise da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE) de 2019, mostrando que sete, em cada dez menores de idade fumantes, conseguem comprar cigarros em estabelecimentos comerciais formais, apontando para o descumprimento da proibição da venda a menores de 18 anos⁶. Segundo dados da PeNSE, houve um aumento na proporção de adolescentes fumantes de cigarros de 6,6% em 2015 para 6,8% em 2019, e 22,6% dos entrevistados experimentaram cigarro alguma vez na vida⁷.

Apesar desses dados, nenhum estudo havia realizado um mapeamento sobre a disponibilidade dos produtos de tabaco para estudantes brasileiros, nem mesmo uma análise descritiva sobre como esses produtos são apresentados aos potenciais consumidores, tal como as experiências evidenciadas na literatura internacional^{8,9}. Este estudo tem por objetivo mapear a densidade da oferta

desses produtos no entorno de cinco escolas públicas de ensino fundamental, uma em cada Região do país, e descrever as estratégias de publicidade, de exposição e de venda praticadas pela indústria do tabaco e pelo setor varejista.

MÉTODO

Estudo descritivo observacional dos PDV de produtos de tabaco (cigarros, charutos e outros), no qual os investigadores atuaram como espectadores dos fenômenos e realizaram registros fotográficos sem interferir no funcionamento natural dos estabelecimentos ou nos desfechos de venda¹⁰.

Foi definida uma amostra intencional de uma escola pública em uma cidade-capital nas cinco Regiões do país. Essas capitais foram selecionadas considerando as maiores prevalências de fumantes entre jovens de 13 e 17 anos¹¹: Belo Horizonte/MG, Curitiba/PR, Goiânia/GO, João Pessoa/PB, e Palmas/TO. Essa definição buscou aumentar a eficiência da amostragem, considerando que há mais indivíduos interessados no produto e no ambiente de venda, o que aumenta a probabilidade de observações relevantes em campo.

Os critérios para seleção das escolas públicas nessas cidades foram: 1. possuir estudantes do Ensino Fundamental II (do 6º ao 9º ano), entendendo que, a partir dessa faixa etária, os jovens gozam de autonomia para deslocamento na entrada e saída da escola; 2. ter funcionamento diurno, considerando a potencial interação entre o comércio local e os estudantes; e localização na Região Central da cidade. A partir de cada escola, a amostra foi composta por PDV situados em um raio de 300 metros. Essa distância considerou o deslocamento dos estudantes utilizando o transporte público, bem como a estimativa de até dois dias de trabalho de campo. Todas as ruas nesse raio foram identificadas previamente com a ferramenta *Google Earth* para orientar a atuação dos pesquisadores. A localização dos PDV não foi previamente identificada pela ferramenta, considerando que as imagens e os endereços da plataforma poderiam estar desatualizados.

O trabalho de campo foi realizado entre março e agosto de 2023 e os pesquisadores foram acompanhados por agentes das vigilâncias sanitárias municipais durante as visitas aos PDV identificados. Não houve entrevistas ou pedidos de autorização com proprietários ou funcionários dos estabelecimentos.

A coleta de dados ocorreu em três etapas: 1. identificação do endereço do estabelecimento no momento da visita para posterior georreferenciamento; 2. registro fotográfico, por telefone celular, das formas de

venda, publicidade e exposição dos produtos de tabaco, da tabela de preços, das advertências sanitárias, e afins; 3. preenchimento de questionário pelo próprio pesquisador com dados sobre o tipo de estabelecimento, os produtos de tabaco comercializados e as estratégias de promoção e publicidade observadas, incluindo: a existência de advertências sanitárias nos expositores, a presença de tabelas de preços, tipos de sinalizações ao consumidor (ex.: proibido fumar, venda a menores de 18 anos proibida) e a venda de cigarros por unidade. Como a atual legislação não define quais locais estão autorizados a vender cigarros, este estudo visitou todos os PDV identificados no raio estabelecido, tais como tabacarias, lojas de conveniência em postos de gasolina, supermercados, restaurantes, bares, padarias e bancas de jornal.

As informações dos questionários preenchidos e as fotos foram armazenadas e organizadas em um banco de dados on-line compartilhado pela equipe de pesquisa. Para a análise qualitativa das imagens, foi desenvolvido um sistema de codificação dedutiva com base na revisão da literatura. As categorias analíticas foram verificadas e consensuadas entre os pesquisadores.

Considerando que este estudo não se caracteriza como um experimento com seres humanos, não houve necessidade de apreciação de um Comitê de Ética em Pesquisa, conforme orientação da Resolução n.º 510/2016¹² do Conselho Nacional de Saúde.

RESULTADOS

Ao todo, foram visitados 170 pontos de venda nas cinco cidades estudadas. Destes, 48,2% comercializavam produtos de tabaco, com a seguinte proporção distribuída por cidade: Belo Horizonte – 29,2%; Curitiba – 26,8%; Goiânia – 19,5%; João Pessoa – 17,0%; e Palmas – 7,3%. A Tabela 1 apresenta essa proporção por tipo de estabelecimento, conforme a classificação estabelecida pelos pesquisadores.

As maiores ocorrências foram em bancas de jornal (fortemente lideradas por Belo Horizonte e Curitiba), lanchonetes/cafeterias/padarias e distribuidoras de bebidas. As menores ocorrências foram em restaurantes (comumente não vendem esses produtos e não possuem expositores), tabacarias e lojas de conveniência de postos de gasolina.

Com os endereços dos PDV identificados com produtos de tabaco, foram gerados os mapas de georreferenciamento a partir da escola, nos quais os tipos de estabelecimentos foram sinalizados por cores diferentes (Material Suplementar). A Figura 1 apresenta, como exemplo, o mapa com a densidade de estabelecimentos que vendem produtos de tabaco em Belo Horizonte. O mesmo mapa foi produzido para cada cidade.

Tabela 1. Tipos de estabelecimentos que vendiam produtos de tabaco em cinco capitais brasileiras, 2023

Tipo de estabelecimento	Quantidade (N)	Proporção (%)
Banca de jornal	29	35,4
Lanchonete, cafeteria ou padaria	14	17,1
Distribuidora de bebidas	10	12,2
Minimercado ou hortifrúti	8	9,7
Bar ou botequim	6	7,3
Outros (fiteiro, lojas de variedades)	5	6,1
Restaurante, pizzaria, churrascaria	5	6,1
Tabacaria	4	4,9
Loja de conveniência em postos de gasolina	1	1,2
Total	82	100,0

Além dessa avaliação quantitativa e do georreferenciamento, uma análise qualitativa das estratégias de promoção e de venda dos produtos foi organizada por categorias temáticas.

CARACTERÍSTICAS DOS EXPOSITORES E APLICAÇÃO DE ADVERTÊNCIAS SANITÁRIAS

Todos os estabelecimentos visitados foram analisados quanto ao tipo, localização, tamanho e presença ou não de advertências sanitárias nos expositores de embalagens de produtos de tabaco.

A Figura 2 apresenta, como exemplo, um expositor de cigarros em uma loja de conveniência. Nele, verificam-se diversas irregularidades, tais como a aplicação de várias advertências sanitárias em uma mesma área, o que reduz a visibilidade de suas frases e imagens ilustrativas; produtos diversos cobrindo as advertências sanitárias; e pequenos cartazes coloridos com informações sobre os preços de variadas marcas de cigarros, sem a presença de advertências. Em muitos casos, esses expositores estão localizados próximos ou acima dos caixas de pagamento dos PDV – local que necessariamente todo consumidor transita e comumente localizado ao lado da saída do estabelecimento.

O estudo também detectou pequenos *displays* com embalagens, localizados no balcão principal de bares e padarias, ou dispostos em cima das mesas de serviço, bem



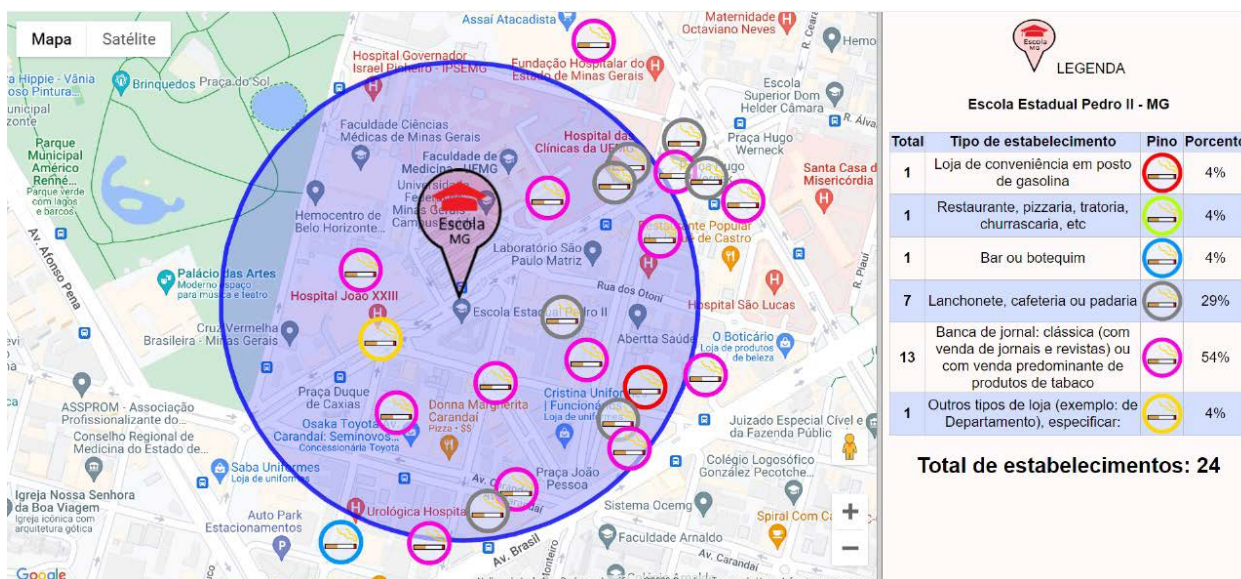


Figura 1. Mapa com georreferenciamento dos pontos de venda de produtos de tabaco em Belo Horizonte/MG
 Fonte: Imagem elaborada pelos autores a partir de dados do Google Earth.



Figura 2. Expositor em uma loja de conveniência em Belo Horizonte/MG
 Fonte: Acervo da pesquisa.

como o uso de falsos maços de cigarros com tamanho maior do que os originais, espalhados ou pendurados pelos estabelecimentos (que chamamos de *mockups*).

TABELAS DE PREÇOS

Entre os estabelecimentos que vendiam cigarros, 39% apresentavam tabelas de preços expostas ao consumidor. Uma variedade de tipos, tamanhos e localização das tabelas chamou a atenção dos pesquisadores; em alguns casos, vários cartazes com preços de marcas de cigarros fixados em um único PDV. Estes parecem ser utilizados como forma de publicidade e de chamariz, pois utilizam cores atraentes e ganham visibilidade ao ocuparem diferentes espaços: colados nas paredes, dentro dos *displays* ou pendurados no teto. Muitas tabelas destacam informações de apenas

uma marca específica de cigarro, com letras e elementos gráficos próprios da marca.

Na Figura 2, verificam-se nove tabelas distribuídas no entorno do *display* do estabelecimento pesquisado, mostrando ser um artifício para captar a atenção do consumidor e para destacar determinadas marcas. Em raros casos, as tabelas de preços possuem advertências sanitárias, tendo em vista que não há exigência legal nesse sentido.

VENDA DE CIGARROS POR UNIDADE (A VAREJO OU PICADO)

Dos 82 estabelecimentos que vendiam produtos de tabaco, em 71 (87%), foram observados cigarros avulsos sendo comercializados, ou seja, fora das embalagens originais (Figura 3). Apesar de muito recorrente, esta é uma prática ilegal, proibida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (SRF)¹³. Surpreendentemente, em alguns casos, os cigarros avulsos eram o único meio de compra disponível no PDV, anunciado, por exemplo, em um cartaz com os dizeres “*Não vendo maços de cigarros, apenas cigarros avulsos. Por favor, não insista!*”.

Os achados mostram, ainda, a ampla acessibilidade econômica dos cigarros avulsos, geralmente com preços entre 0,50 e 2,00 reais, enquanto o preço mínimo de um maço com 20 cigarros é de R\$ 6,50, conforme determinado pela SRF¹⁴.

Além disso, verificou-se a venda de guloseimas (doces, balas e outros) próximas de cigarros avulsos (Figura 3), notadamente produtos destinados a crianças e adolescentes. Essa prática infringe uma norma da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).





Figura 3. Venda de cigarros por unidade em bancas de jornal de Curitiba/PR
Fonte: Acervo da pesquisa.



Figura 4. Sinalização fornecida pela indústria em uma banca de jornal de Belo Horizonte/MG
Fonte: Acervo da pesquisa.

PRODUTOS ILEGAIS

O estudo identificou também a presença de produtos ilegais sendo comercializados nos locais visitados, tais como dispositivos eletrônicos para fumar (popularmente conhecidos como cigarros eletrônicos) e maços de cigarros aparentemente frutos de falsificação ou de contrabando. Estes últimos foram identificados pela ausência do selo fiscal exigido pela SRF e das advertências sanitárias exigidas pela Anvisa, ou ainda por apresentarem marcas não registradas na página da Agência.

SINALIZAÇÃO SOBRE A PROIBIÇÃO DA VENDA A MENORES DE IDADE

Em apenas 13,4% dos PDV que vendiam cigarros, foram detectados cartazes e adesivos informando sobre a proibição da venda de produtos de tabaco a menores de 18 anos, afixados em alguns estabelecimentos visitados, fornecidos pelos fabricantes de cigarros (Figura 4). Apesar disso, esse material não tem sido suficiente para impedir que crianças e adolescentes acessem esses produtos.

Por outro lado, os pesquisadores não encontraram materiais educativos direcionados à população ou orientativos aos varejistas que fossem fornecidos pelos órgãos de vigilância sanitária dos municípios, de defesa do consumidor ou mesmo com logotipos das prefeituras locais.

DISCUSSÃO

A exposição e a publicidade de produtos de tabaco em PDV cumprem algumas funções: exercem uma importante influência na iniciação do tabagismo¹⁵; servem como “gatilho psicológico” para comportamentos impulsivos de compra^{16,17}; e ampliam a “normalização” do tabagismo entre adolescentes, reduzindo a percepção de

risco¹⁸. Essas consequências são ainda mais críticas quando os PDV se concentram no entorno de escolas, conforme corroboram análises internacionais^{8,9}. A relação direta entre a densidade do comércio próximo de escolas e a prevalência de tabagismo juvenil já está comprovada^{19,20}, e as variadas estratégias de publicidade direcionadas a esse público contribuem significativamente para isso²¹.

O Censo Escolar de 2023 informou que existem 178,5 mil escolas ativas no Brasil²². O presente estudo identificou, em média, 16 estabelecimentos vendendo produtos de tabaco em um raio de 300 metros, por escola pesquisada. Essa densidade nos arredores das escolas, com destaque para bancas de jornal, lanchonetes e padarias, aponta para a alta acessibilidade desses produtos em locais que fazem parte do cotidiano dos estudantes.

Ademais, os resultados revelam um cenário ainda mais preocupante, constituído por práticas estruturadas da indústria e do varejo voltadas à atratividade e à curiosidade por crianças e adolescentes. Embora historicamente



a indústria alegue que suas ações de *marketing* e seus produtos são direcionados a adultos, capazes de fazer escolhas conscientes dos riscos, a análise qualitativa das imagens fotográficas da pesquisa ressalta a utilização de recursos visuais e de localização direcionados ao público infantojuvenil: uso maciço de cores variadas na exposição dos maços, colocação das embalagens próximos de itens de interesse de crianças (doces e balas) e venda por unidade com preço acessível. Estudos adicionais poderiam avaliar até que ponto essas estratégias são orientadas pelos representantes comerciais dos fabricantes para os varejistas brasileiros, inclusive com o fornecimento de orientações e material promocional pronto (o que parece ser o caso dos expositores e das tabelas de preços), ou quais dessas iniciativas são de responsabilidade dos próprios varejistas para ampliar suas vendas (por exemplo, a venda e a forma de acondicionamento e exposição dos cigarros avulsos). Análises dos documentos internos das empresas afirmam que, internacionalmente, elas pagam incentivos financeiros aos varejistas em três áreas principais: fixação de publicidade e sinalização no ponto de venda; fornecimento de expositores; e incentivos de preços promocionais aos consumidores²³.

O estudo também demonstrou uma série de práticas com evidente descumprimento da legislação vigente, sejam leis federais que tratam do tema, sejam regulamentos editados pela Anvisa. Foram encontrados cigarros vendidos por unidade em 87% dos locais pesquisados que comercializavam tabaco. Esse tipo de comercialização representa uma opção economicamente vantajosa para o consumidor, principalmente para jovens com recursos financeiros limitados e para a população de baixa renda, que representa a maior parte dos fumantes brasileiros²⁴. Além disso, essa modalidade suprime o contato do consumidor com as advertências sanitárias sobre os malefícios do tabagismo à saúde, impressas nos maços, o que desrespeita normas da Anvisa e o papel educativo das mensagens e frases.

Esse comércio avulso de cigarros está diretamente conectado com o descumprimento da venda a menores de idade. De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente, é ilegal vender, fornecer, ministrar ou entregar produtos que causem dependência física ou psíquica para crianças ou adolescentes. Essa proibição foi reforçada pela Lei n.º 10.702/2003, que menciona especificamente os produtos de tabaco. Apesar da legislação vigente, um estudo com dados da PeNSE mostrou que cerca de nove, em cada dez adolescentes fumantes, tiveram sucesso em alguma tentativa de compra de cigarros, sem serem questionados da sua maioridade⁶. A sinalização sobre essa proibição, fornecida pelas fabricantes, parece ter um efeito meramente decorativo ou de responsabilidade social

corporativa, sem refletir uma mudança na atitude dos comerciantes em relação à verificação da maioridade, que aparentemente não exigem a apresentação de documento de identidade.

No tocante às advertências sanitárias presentes nos expositores dos maços, a Resolução da Anvisa RDC n.º 840/2023²⁵ determina que o conjunto gráfico de frases e imagens deve ocupar, no mínimo, 20% da área de cada uma das faces dos *displays* visíveis ao público. No entanto, essa norma não estabelece quantos expositores e conjuntos gráficos são permitidos em cada estabelecimento, possibilitando que a indústria organize o expositor em várias partes divididas e, com isso, apresente conjuntos de advertências com tamanhos menores, reduzindo a visibilidade das mensagens e beneficiando a promoção dos produtos. A falta de definição sobre a quantidade de expositores e sua localização influi na forma como os produtos são apresentados aos consumidores. Dominar a visibilidade no PDV é um método para as empresas de tabaco demonstrarem sua liderança de mercado aos clientes. A marca com mais espaços de exposição geralmente é presumida pelos consumidores como a marca mais popular. Espaços de exposição no nível dos olhos dos clientes, em corredores ou no balcão, são os mais cobiçados²⁶.

Vale ressaltar a presença das tabelas de preços como publicidade disfarçada. A ausência de regulamentação sobre a disposição e o formato das tabelas de preços abre margem para os fabricantes, que utilizam cores, elementos gráficos e estratégias visuais para chamar atenção de suas marcas. Tal achado reafirma a necessidade de uma regulamentação própria para os conteúdos, formatos e quantidade de tabelas de preços permitidas em cada PDV. Na Nova Zelândia, por exemplo, o governo determina que os avisos de preços dos produtos de tabaco não podem ser exibidos livremente. As informações sobre quais produtos estão disponíveis e seus respectivos preços podem ser fornecidas a uma pessoa maior de idade mediante solicitação²⁷.

Finalmente, a presença de dispositivos eletrônicos para fumar e de maços de cigarro provenientes de contrabando, em comércios formais próximos às escolas, evidencia fragilidades importantes no controle da comercialização. Esses produtos podem se tornar uma porta de entrada perigosa para os novos consumidores, já que os eletrônicos são muitas vezes apresentados como alternativas “modernas” ou “menos prejudiciais” à saúde, e os contrabandeados vendidos a preços abaixo do mínimo exigido pela SRF. Dados oficiais do governo mostram que a participação dos cigarros ilegais no consumo total de cigarros do país foi de 37,2% em 2019, com tendência de queda a partir de 2017²⁸. A maior parte dos cigarros ilegais é proveniente do Paraguai e ingressa no país sem

o pagamento dos tributos devidos e sem a rotulagem sanitária exigida pela legislação nacional.

Além disso, este estudo destaca a necessidade imperativa de revisar e reforçar a implementação de medidas voltadas ao fortalecimento da fiscalização de produtos de tabaco nos PDV. A lacuna existente entre a avançada legislação vigente e seu cumprimento na prática demonstra uma eficácia limitada das ações fiscalizatórias, que cabe às vigilâncias sanitárias dos municípios²⁹, as quais, muitas vezes, possuem recursos insuficientes ou desafios territoriais. Também aponta para o urgente investimento em treinamento dos fiscais, para que identifiquem corretamente as ilegalidades e incluam a verificação da conformidade das normas de controle do tabagismo em suas rotinas de trabalho.

É importante destacar que, por tratar-se de uma amostra intencional de cidades brasileiras e de escolas públicas, este estudo tem como limitação a impossibilidade de generalização estatística dos resultados para todo país. Por outro lado, tais resultados podem ser usados para compreensão desse fenômeno em outros contextos nacionais similares (generalização analítica)³⁰. O tamanho da amostra intencional (cinco cidades) também representa uma limitação, definida pelo orçamento disponível para pesquisa.

CONCLUSÃO

Este estudo evidenciou que os PDV com produtos de tabaco estão amplamente presentes no entorno das escolas públicas e empregam práticas comerciais que favorecem a acessibilidade e atratividade, especialmente para menores de idade. Embora medidas restritivas ao tabagismo tenham sido historicamente alcançadas, os dados apontam para a premência de avançar na regulamentação das estratégias, protegendo efetivamente a saúde da população. Os achados sinalizam a necessidade de um esforço multissetorial, envolvendo regulação, fiscalização e sensibilização do varejo, para garantir ambientes menos acessíveis no cotidiano dos estudantes brasileiros.

Os resultados do estudo convergem com os citados dados da PeNSE, que apontam para um aumento na proporção total de fumantes adolescentes, com destaque para as meninas e para a faixa etária de 16 a 17 anos. A considerável densidade e a acessibilidade dos cigarros, majoritariamente, bem como as irregularidades encontradas, podem estar contribuindo para essa mudança no comportamento de consumo.

As fotografias obtidas sugerem que os varejistas não estão informados das normas vigentes, ou se estão informados, não as cumprem. Ademais, é possível que os órgãos sanitários locais, responsáveis pela fiscalização, não estejam totalmente capacitados sobre o detalhamento das regras.

Apesar de a legislação brasileira de controle do tabaco ser reconhecidamente avançada, quando comparada com outros países, algumas regulamentações ainda se mostram necessárias, como a proibição da colocação de múltiplos *displays* e a definição das características das tabelas de preços. Além disso, o governo e o Congresso Nacional poderiam ampliar ainda mais as restrições legais para proteger crianças e adolescentes da experimentação, considerando as obrigações e diretrizes definidas para o artigo 13 da Convenção-Quadro para o Controle do Uso do Tabaco. Tais medidas podem incluir, por exemplo, a definição de zoneamentos com distanciamento mínimo dos PDV que vendem produtos de tabaco para as escolas e o licenciamento para comercialização de produtos de tabaco a determinados tipos de estabelecimentos (por exemplo, autorização de venda somente às tabacarias cujos faturamentos sejam majoritariamente provenientes desses produtos). Os resultados qualitativos das estratégias da indústria e do varejo, e a análise quantitativa da acessibilidade por estudantes podem servir como base científica para essas propostas.

O engajamento de atores multissetoriais, Procons, das Polícias Militar e Federal, e do Ministério Público, poderia fortalecer o controle da atividade formal e do comércio de produtos ilegais. Adicionalmente, pode-se investir em instrumentos tecnológicos que favoreçam a atuação dos profissionais das vigilâncias sanitárias, tal como um aplicativo de celular que facilite o reconhecimento dos produtos autorizados à venda, com base nos bancos de dados da Anvisa e da Receita Federal.

Por fim, tanto a população quanto os varejistas precisam ser informados sobre as regras aplicáveis, por meio de uma comunicação e sinalização efetiva com esses públicos. O fortalecimento da fiscalização e o avanço da legislação proibindo totalmente a publicidade nos pontos de venda, incluindo os *displays* de cigarros e a padronização das tabelas de preços, potencialmente diminuirão a exposição à promoção de tabaco e conseqüentemente podem reduzir o tabagismo.

Os dados obtidos podem orientar futuros avanços na legislação e direcionar novas campanhas educativas para a população sobre as regras vigentes de comercialização de produtos de tabaco, especialmente no Dia Nacional de Combate ao Fumo – 29 de agosto.

AGRADECIMENTOS

Aos gestores das Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde do Rio de Janeiro/RJ, Belo Horizonte/MG, João Pessoa/PB, Curitiba/PR, Palmas/TO e Goiânia/GO, do Instituto Nacional de Câncer e da Anvisa.



CONTRIBUIÇÕES

Felipe Lacerda Mendes e Cristina de Abreu Perez contribuíram substancialmente na concepção e no planejamento do estudo; na obtenção, análise e interpretação dos dados; e na redação. Letícia Casado e Erica Cavalcanti Rangel contribuíram substancialmente na concepção e no planejamento do estudo; na obtenção, análise e interpretação dos dados; e na revisão crítica. Todos os autores aprovaram a versão final a ser publicada.

DECLARAÇÃO DE CONFLITOS DE INTERESSE

A autora Letícia Casado declara potencial conflito de interesses pela condição de ser a editora-executiva da Revista Brasileira de Cancerologia do INCA. Os demais autores não possuem conflito de interesses.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS

Todos os conteúdos subjacentes ao texto do artigo estão contidos no manuscrito.

FONTES DE FINANCIAMENTO

Bloomberg Philanthropies por meio da *Vital Strategies*, e administrado pela Fundação de Apoio da Universidade Federal de Minas Gerais (Fundep).

REFERÊNCIAS

1. Gilmore AB, Fabbri A, Baum F, et al. Defining and conceptualising the commercial determinants of health. *Lancet*. 2023;401(10383):1194-213. doi: [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(23\)00013-2](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(23)00013-2)
2. Pinto M, Bardach A, Costa MG, et al. Carga da doença e econômica atribuível ao tabagismo no Brasil e potencial impacto do aumento de preços por meio de impostos. Buenos Aires: IECS; 2024 [acesso 2025 fev. 26]. Disponível em: <https://tabaco.iecs.org.ar/wp-content/uploads/2024/05/20TABAGUISMO-BRASIL.pdf>
3. Presidência da República (BR). Decreto nº 5.658, de 2 de janeiro de 2006. Promulga a Convenção-Quadro para o Controle do Uso Tabaco. Adotada pelos países membros da Organização Mundial da Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003 [Internet]. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2006 jan 3 [acesso 2026 jan 7]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5658.htm
4. Moodie C, Ford A. Young adult smokers' perceptions of cigarette pack innovation, pack colour and plain packaging. *Australia Mark J*. 2011;19(3):174-80. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2011.05.003>
5. Hallal ALC, Macario AM, Souza RH, et al. Associação entre a exposição a maços de cigarros em pontos de venda e susceptibilidade ao tabagismo entre adolescentes brasileiros. *J Bras Pneumol*. 2018;44(1):49-51. doi: <https://doi.org/10.1590/S1806-37562016000000331>
6. Szklo AS, Bertoni N. Lei, para que te quero? Dados comparativos da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE) sobre acesso a cigarros por adolescentes. *Cad Saúde Pública*. 2023;39(2):1-6. doi: <https://doi.org/10.1590/0102-311XPT145722>
7. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa nacional de saúde do escolar: 2019 [Internet]. Rio de Janeiro: IBGE; 2021 [acesso 2026 jan 25]. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101852.pdf>
8. McCarthy WJ, Mistry R, Lu Y, et al. Density of tobacco retailers near schools: effects on tobacco use among students. *Am J Public Health*. 2009;99(11):2006-13. doi: <https://doi.org/10.2105/ajph.2008.145128>
9. Robertson L, McGee R, Marsh L, et al. A systematic review on the impact of point-of-sale tobacco promotion on smoking. *Nicotine Tob Res*. 2015;17(1):2-17. doi: <https://doi.org/10.1093/ntr/ntu168>
10. Fontenelles MJ, Simões MG, Farias SH, et al. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. *Rev Para Med*. [Internet]. 2009 [acesso 2025 nov 15];23(3):1-8. Disponível em: <http://files.bvs.br/upload/S/0101-5907/2009/v23n3/a1967.pdf>
11. Ministério da Saúde (BR), Secretaria de Vigilância em Saúde e Ambiente. Departamento de Análise Epidemiológica e Vigilância de Doenças não Transmissíveis. *Vigitel Brasil 2006-2023: tabagismo e consumo abusivo de álcool: 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 entre 2006 e 2023* [Internet]. Brasília (DF): Ministério da Saúde; 2023 [acesso 2026 jan 15]. 70p. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/vigitel-brasil-2006-2023-tabagismo-e-consumo-abusivo-de-alcool/@@download/file>
12. Conselho Nacional de Saúde (BR). Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos



- maiores do que os existentes na vida cotidiana, na forma definida nesta Resolução [Internet]. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 2016 maio 24 [acesso 2026 jan 7]; Seção 1:44. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html
13. Ministério da Fazenda (BR). Secretaria da Receita Federal do Brasil. Instrução Normativa SRF nº 21, de 18 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a comercialização de cigarros no País [Internet]. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 1998 fev 19 [acesso 2026 jan 7]; Edição 35; Seção 1:17. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=19/02/1998&jornal=1&pagina=45&totalArquivos=112>
 14. Presidência da República (BR). Decreto nº 12.127, de 31 de julho de 2024. Altera o Decreto nº 7.212, de 15 de junho de 2010, para retomar a política de aumento da alíquota específica do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI incidente sobre cigarros e do preço mínimo de venda desses produtos no varejo [Internet]. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 2024 ago 1 [acesso 2026 jan 7]; Edição 147; Seção 1:10. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-12.127-de-31-de-julho-de-2024-575659596>
 15. Paynter J, Edwards R. The impact of tobacco promotion at the point of sale: a systematic review. *Nicot Tob Res.* 2009;11(1):25-35. doi: <https://doi.org/10.1093/ntr/ntn002>
 16. Wakefield M, Germain D, Henriksen L. The effect of retail cigarette pack displays on impulse purchase. *Addiction.* 2007;103(2):322-8. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2007.02062.x>
 17. Carter OBJ, Mills BW, Donovan RJ. The effect of retail cigarette pack displays on unplanned purchases: results from immediate postpurchase interviews. *Tob Control.* 2009;18(3):218-21. doi: <https://doi.org/10.1136/tc.2008.027870>
 18. Lovato C, Linn G, Stead LF, et al. Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours. *Cochr Datab Syst Rev.* 2003;(4):CD003439. doi: <https://doi.org/10.1002/14651858.cd003439>
 19. Balappanavar AY, Mohanty V, Hussain A. Compliance with tobacco promotion and sale laws in school neighborhoods in India. *Asian Pac J Cancer Prev.* 2017;18(2):563-70. doi: <https://doi.org/10.22034/APJCP.2017.18.2.563>
 20. Novak SP, Reardon SF, Raudenbush SW, et al. Retail tobacco outlet density and youth cigarette smoking: a propensity-modeling approach. *Am J Public Health.* 2006;96(4):670-6. doi: <https://doi.org/10.2105/AJPH.2004.061622>
 21. Henriksen L, Feighery EC, Schleicher NC, et al. Reaching youth at the point of sale: cigarette marketing is more prevalent in stores where adolescents shop frequently. *Tob Control.* 2004;13(3):315-8. doi: <https://doi.org/10.1136/tc.2003.006577>
 22. Ministério da Educação (BR). Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Censo Escolar da Educação Básica 2023: resumo técnico: versão preliminar [Internet]. Brasília, DF: INEP; 2024 [acesso 2026 jan 12] 96p. Disponível em: https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/resumo_tecnico_censo_escolar_2023.pdf
 23. Bloom PN. Role of slotting fees and trade promotions in shaping how tobacco is marketed in retail stores. *Tob Control.* 2001;10(4):340-4. doi: <https://doi.org/10.1136/tc.10.4.340>
 24. 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 [Internet]. Rio de Janeiro: IBGE; 2020 [acesso 2026 jan 12]. Disponível em: <https://www.pns.icict.fiocruz.br/wp-content/uploads/2021/02/liv101764.pdf>
 25. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (BR). Resolução-RDC nº 840, de 23 de janeiro de 2018. Dispõe sobre a exposição à venda e a comercialização de produtos fumígenos derivados do tabaco. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 2023 dez 15 [acesso 2026 jan 18]; Seção 1:239. Disponível em: <https://sintse.tse.jus.br/documentos/2023/Dez/18/saude/anvisa-resolucao-no-840-de-15-de-dezembro-de-2023-dispoe-sobre-a-exposicao-a-venda-e-a-comercializacao>
 26. Carter SM. New frontier, new power: the retail environment in Australia's dark market. *Tob Control.* 2003;12(suppl3):iii:95-101. doi: https://doi.org/10.1136/tc.12.suppl_3.iii95
 27. Ministry of Health. Guidelines for Implementing the Prohibition on the Display of Tobacco Products: information for sellers of tobacco products and smoke-free enforcement officers [Internet]. Ministry of Health: New Zealand, 2012. [acesso 2026 fev 10] 15 p. Disponível em: <https://www.health.govt.nz/system/files/2012-04/guidelines-implementing-prohibition-display-tobacco-products.pdf>
 28. Instituto Nacional de Câncer [Internet]. Rio de Janeiro: INCA. 2022. Magnitude do comércio ilícito de cigarros no Brasil: dados e índices sobre o comércio ilícito de cigarros; 2022 out 19 [atualizado 2026 fev 9; acesso 2026 jan 25]. Disponível em: <https://www.gov.br/inca/pt-br/assuntos/gestor-e-profissional-de-saude/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco/dados-e-numeros-do-tabagismo/magnitude-do-comercio-ilicito-de-cigarros-no-brasil>



29. Presidência da República (BR). Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal [Internet]. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 1996 jul 16 [acesso 2026 jan 20]; Seção I:1. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9294.htm
30. Yin, RK. Case study research and applications design and methods. 7.ed. Londres: Sage Publications; ©2018 [acesso 2026 jan 10]. Disponível em: <https://ebooks.umu.ac.ug/librarian/books-file/Case%20Study%20Research%20and%20Applications.pdf>

Recebido em 2/12/2025
Aprovado em 13/1/2026

