

**FCTC E A RESTRIÇÃO À PUBLICIDADE DO TABACO.** *Simone Regina Backes, Cláudia Lima Marques* (Departamento de Direito Público e Filosofia do Direito, UFRGS).

O objeto da presente pesquisa é a contínua restrição à publicidade do tabaco discutida na Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (FCTC) e seu efeito sobre as legislações nacionais antitabagistas. O uso reiterado de produtos derivados do tabaco contribuem, comprovadamente, para o desenvolvimento de inúmeras doenças (conforme a OMS) e, conseqüentemente, constitui um ônus adicional à saúde pública, principalmente para países em desenvolvimento como o Brasil. No entanto, as indústrias de cigarros continuam a utilizar-se da publicidade e do merchandising para aumentar o número de consumidores e difundir o hábito do fumo. A fim de desenvolver um efetivo controle a essa expansão foi criada a convenção-quadro, que pretende tornar-se um padrão de referência para o controle do tabaco, tratando dos principais problemas de contrabando, de comércio e, em especial, da restrição à publicidade. A FCTC tem o compromisso de impulsionar os países a proibirem todo tipo de publicidade do tabaco, seja direta ou indireta, tal qual a recente lei brasileira que restringe a propaganda de cigarros e derivados do tabaco. Embora causem muita controvérsia, essas normas se justificam pela necessidade de uma estrutura global estável e integrada capaz de reduzir o consumo do tabaco. O Brasil tem uma das legislações mais restritivas sobre a propaganda do tabaco, mas esta pode ser aprimorada, principalmente no que concerne a responsabilização das indústrias. Além disso, a convenção-quadro é uma oportunidade de padronizar a legislação do Mercosul, fortalecendo sua posição como bloco, já que se trata de uma questão transnacional. O presente estudo foi realizado através de fontes doutrinárias e legislativas, bem como a partir de dados disponíveis nos principais órgãos de saúde.