

# NARGUILÉ E CIGARRO ELETRÔNICO: NECESSIDADE DE RESTRIÇÃO DE SUA PUBLICIDADE EM REDES SOCIAIS PARA A PRESERVAÇÃO DA SAÚDE PÚBLICA NO BRASIL

*VAPE AND HOOKAH: THE NEED TO RESTRICT ITS ADVERTISING IN SOCIAL MEDIA TO PRESERVE THE PUBLIC HEALTH IN BRAZIL*

**Beatriz Martins de Oliveira Sampaio<sup>1</sup>**

Doutoranda em Direito Político e Econômico (MACKENZIE, São Paulo/SP, Brasil)

**Vinicius Garcia Ribeiro Sampaio<sup>2</sup>**

Doutorando em Direito Político e Econômico (MACKENZIE, São Paulo/SP, Brasil)

**Dávius da Costa Ribeiro Sampaio<sup>3</sup>**

Mestre em Comunicação (CÁSPER LÍBERO, São Paulo/SP, Brasil)

**ÁREA(S):** direito à saúde; direito do consumidor.

**RESUMO:** Narguilé e cigarro eletrônico tornaram-se objetos de desejo e consumo em todo o mundo, sobretudo entre jovens e adolescentes, a despeito

das inúmeras denúncias acerca dos seus males à saúde. A hipótese deste artigo é a de que a respectiva propagação nas redes sociais (compreendendo ações de *marketing* das empresas que exploram esse mercado) impulsiona o consumo

<sup>1</sup> Bolsista Capes/Proex. Mestra em Direito da Sociedade da Informação, Especialista em Direito Processual Civil e Bacharela em Direito pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Advogada. *Email:* beatriz.moliveira@outlook.com. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/5100900337653020>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2314-1562>.

<sup>2</sup> Bolsista Capes/Proex. Mestre em Direito da Sociedade da Informação e Bacharel em Direito pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Advogado. *Email:* viniucius@ribeirosampaio.adv.br. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/8462106556704583>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4203-2783>.

<sup>3</sup> Especialista em Teoria da Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, em Comunicação e Educação pela Universidade de São Paulo e em Ciência Política pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pelo Fiam-Faam Centro Universitário. Professor do Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Paulista. *Email:* daviussampaio@gmail.com. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2183070346639079>. Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-1588-1576>.

dessas drogas, pois o seu discurso, semelhante à abordagem publicitária de cigarros de tabaco industrializados no século XX, seduz os espectadores ao associá-las a poder, *status*, admiração, etc. Para esse estudo, analisam-se publicações nas redes sociais *online*, especialmente aquelas feitas por empresas do ramo, a par de uma leitura sobre as normas que regulam fumígenos. O levantamento apresentado nesta pesquisa sugere que pode estar no controle informacional – em restrições ao conteúdo publicado especialmente nas redes sociais – um importante passo à redução do consumo dessas drogas, medida essencial à preservação da saúde pública, à semelhança do que já se conquistou em relação aos cigarros industrializados, para o que não há aparente óbice legal; ao contrário, parece haver inércia injustificável das instituições que deveriam fazer esse controle.

**ABSTRACT:** *Hookah and electronic cigarettes have become objects of desire and consumption worldwide, especially among young people and adolescents, despite numerous reports of their health risks. The hypothesis of this article is that their proliferation on social media (including marketing actions by companies that exploit this market) drives the consumption of these substances because their discourse, similar to the advertising approach of manufactured tobacco cigarettes in the 20th century, entices viewers by associating them with power, status, admiration, etc. For this study, online social media posts are analyzed, especially those made by companies in the industry, in conjunction with an examination of the regulations governing tobacco products. The findings presented in this research suggest that controlling information, particularly restrictions on content published on social media, may be an important step in reducing the consumption of these substances, which is essential for public health preservation, similar to what has already been achieved with manufactured cigarettes, for which there is no apparent legal obstacle; on the contrary, there seems to be unjustifiable inaction by the institutions that should be enforcing this control.*

**PALAVRAS-CHAVE:** sociedade da informação; direito à saúde; direito do consumidor; narguilé; cigarro eletrônico.

**KEYWORDS:** *information society; right to health; consumer rights; hookah; electronic cigarette.*

**SUMÁRIO:** Introdução; 1 Direito à saúde, à informação e as suas correlações; 2 Males à saúde: entre o consenso científico e a retórica dos promotores de narguilés e cigarros eletrônicos na Internet; 3 Perfil consumidor de narguilé e cigarros eletrônicos: primeiro contato com essas drogas no início da adolescência; 4 Publicidade: discursos antigos continuam a ser exitosos para a promoção de drogas; 5 Regulação de fumígenos e proibição de cigarros eletrônicos pela Anvisa; 6 Responsabilidade civil na Internet: protagonismo das provedoras de aplicações; Considerações finais; Referências.

**SUMMARY:** *Introduction; 1 Right to health, to information and its correlations; 2 Health risks: between scientific consensus and the rhetoric of hookah and e-cigarette promoters on the Internet; 3 Consumer profile of hookah and e-cigarettes: initial exposure to these substances in early adolescence; 4 Advertising: old discourses continue to succeed in drug promotion; 5 Regulation of smoking products and the ban on e-cigarettes by Anvisa [Brazilian National Health Surveillance Agency]; 6 Responsibilities in the Internet: protagonism of application providers; Final considerations; References.*

## INTRODUÇÃO

**A**s denúncias sobre os males provocados por narguilés<sup>4</sup> e cigarros eletrônicos<sup>5</sup> são incontáveis, e já se tornou consenso científico o fato de que essas drogas podem ser até piores que os cigarros de tabaco industrializados, tese comumente enfrentada por usuários e empresários de narguilés e cigarros eletrônicos, que se valem de argumentos sem método científico adequado para tentar relativizá-los, escondendo cinicamente o fato de que lucram com isso.

Narguilés são um tipo de cachimbo de origem histórica indiana e de países árabes. No Ocidente, embora ainda sejam preservados como elementos culturais de determinadas etnias, eles foram incorporados, mais do que a um *hobby*, a uma prática de autoafirmação entre jovens e adolescentes. Os cigarros eletrônicos, por outro lado, surgiram como alternativa para o tratamento do vício em nicotina, de modo que os seus usuários poderiam consumi-la sem a quantidade cavalariça de elementos nocivos à saúde presentes em cigarros comuns; contudo, eles se revelaram mais nocivos que o cigarro e recentemente foram aprimorados, e, à semelhança dos narguilés, popularizados, transformados em elementos de *status* entre os mais jovens.

A presença massiva de empresas e promotores dessas drogas nas redes sociais parece ser um elemento importante à sua disseminação, hipótese que se levantou preliminarmente a este estudo em razão da inevitável comparação

---

<sup>4</sup> O QUE é narguilé? *Associação Médica Brasileira*, [s.d.]. Disponível em: <https://amb.org.br/tabagismo/1-o-que-e-narguilé/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

<sup>5</sup> SUMMIT SAÚDE & BEM-ESTAR 2022. Cigarros eletrônicos: o que são e quais são os riscos à saúde? *Estadão*, 9 dez. 2021. Disponível em: <https://summitsaude.estadao.com.br/tecnologia/cigarros-eletronicos-o-que-sao-e-quais-sao-os-riscos-a-saude/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

com a publicidade de cigarros de tabaco industrializados no século XX e a sua respectiva restrição a partir dos anos 1980-1990. Se antes as empresas do tabaco associavam os seus produtos a poder, masculinidade e feminilidade, jovialidade, etc., hoje as empresas de cigarros eletrônicos e narguilés renovam essa linguagem e lhe acrescentam novos valores caros aos jovens.

Ao analisarmos as respectivas publicações em redes sociais, parece-nos natural a conclusão de que realmente se trata do mesmo discurso publicitário de enorme sucesso do século passado, repaginado para ser bem recebido pelos jovens de hoje. Ocorre que isso já é tecnicamente obstado pela legislação, bem compreendida por toda a sociedade para a sua aplicação aos cigarros de tabaco industrializados, mas ainda ignorada quando se trata desses hábitos produtos mais recentes no nosso mercado (cigarros eletrônicos e narguilés) – em tese, aplica-se a mesma lei; na prática, não é isso o que está ocorrendo.

## **1 DIREITO À SAÚDE, À INFORMAÇÃO E AS SUAS CORRELAÇÕES**

A investigação do objeto deste artigo exige uma leitura breve, pela necessária objetividade deste texto, mas atenta, da disciplina do direito à saúde no Brasil, bem como da notável relação que há entre a sua tutela e a garantia do direito à informação. Para tanto, esta pesquisa vale-se de metodologia jurídico-dogmática, calcada nas normas que os disciplinam no País.

O direito à saúde está previsto no rol constitucional dos direitos sociais, no art. 6º, *caput*, da Constituição Federal, e a sua tutela é de competência comum de todos os entes federativos (art. 23). Tão grande é a importância dessa garantia para o constituinte que ela tem seção própria no texto constitucional, entre os arts. 196 e 200, destacando-se que “a saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos [...]”.

Já o direito à informação está compreendido no rol de direitos individuais e coletivos da cláusula pétrea contida no art. 5º, inciso XIV, da Constituição Federal, e tem proteção especial no capítulo que trata da comunicação social (arts. 220 e seguintes) do texto constitucional. De se notar que o art. 220, § 4º, da Constituição Federal disciplina um ponto nevrálgico da intersecção entre essas garantias: “A propaganda comercial de tabaco [...] estará sujeita a restrições legais [...] e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso”.

As “restrições legais” de que trata o dispositivo constitucional estão positivadas na Lei nº 9.294/1996<sup>6</sup> (com alterações de normas posteriores). Em síntese, a divulgação de tabaco e congêneres (objeto deste estudo) restringe-se à “exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência [sobre seus malefícios]”, conforme o art. 3º dessa norma.

A compreensão desse arcabouço normativo, sustentado ainda por outras normas e, mais, pela jurisprudência e pelas construções doutrinárias (cuja incursão exigiria estudo mais extenso que este artigo), permite um olhar consequente para o objeto deste estudo: as publicações feitas por diversos agentes em plataformas de redes sociais *online* para a promoção de narguilés e cigarros eletrônicos, e a necessidade de sua restrição prática para a preservação da saúde pública no Brasil.

## **2 MALES À SAÚDE: ENTRE O CONSENSO CIENTÍFICO E A RETÓRICA DOS PROMOTORES DE NARGUILÉS E CIGARROS ELETRÔNICOS NA INTERNET**

### **2.1 CONSENSO CIENTÍFICO SOBRE OS MALES À SAÚDE CAUSADOS POR CIGARROS ELETRÔNICOS E NARGUILÉS: MUITO ALÉM DA FAMOSA COMPARAÇÃO COM CEM CIGARROS**

No próximo tópico deste artigo apresentam-se exemplos de discursos desinformativos que defendem narguilés e cigarros eletrônicos; em sua maioria, os corolários dos narguilés fazem todo tipo de peripécia pseudocientífica para “desmentir” um estudo do Instituto Nacional do Câncer (Inca), segundo o qual uma hora de consumo de narguilé pode equivaler ao consumo de cem cigarros (propaganda de 2013 que não deixa dúvidas: a comparação diz respeito à quantidade de fumaça inalada por quem fuma narguilé, e não a elementos químicos, cor de fumaça, filtros, temperatura, etc.)<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> BRASIL. *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 artigo 220 da Constituição Federal. Brasília, 15 jul. 1996.

<sup>7</sup> INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER. *Parece inofensivo, mas fumar narguilé é como fumar 100 cigarros*. Governo Federal, 29 ago. 2013. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/publicacoes/folhetos/parece-inofensivo-mas-fumar-narguile-e-como-fumar-100-cigarros>. Acesso em: 13 jan. 2023.

Quanto aos cigarros eletrônicos, há quem insista em defender a ideia de que, por se inalar “vapor” (de água, glicerina, etc.), e não fumaça de tabaco, ele não causa (tanto) mal à saúde (quando, na verdade, a comunidade médica alerta para riscos muito mais graves que os de narguilés e cigarros de tabaco).

O crescente número de pesquisas em todo o mundo sobre drogas torna evidente os seus males à saúde, cuja gravidade independe de qualquer comparação com o cigarro de tabaco industrializado: narguilés causam doenças pulmonares e cardiovasculares<sup>8</sup>. Não obstante, fontes internacionais endossam a conclusão do Inca: o consumo de narguilés é potencialmente mais nocivo do que o de cigarros de tabaco industrializados<sup>9</sup>.

Já o cigarro eletrônico apresenta riscos ainda mais graves e batiza uma nova condição clínica: doença pulmonar associada ao uso de cigarro eletrônico (*vaping use-associated lung injury – EVALI*), assim reconhecida desde 2019<sup>10</sup>, sem prejuízo dos alertas ao seu forte potencial aditivo, pois o vício causado ao usuário tende a ser semelhante ou superior ao do cigarro de tabaco<sup>11</sup>. Vale dizer, não há nível seguro para o seu consumo e, pior, o seu usuário dissemina “aerossol ao utilizar o cigarro eletrônico, criando a categoria de ‘tabagismo passivo de cigarro eletrônico’, composto, sobretudo, de material particulado ultrafino”<sup>12</sup>, constringendo as pessoas à sua volta a consumirem, junto com ele, elementos nocivos à sua saúde.

---

<sup>8</sup> BHATNAGAR, A. *et al.* Water pipe (hookah) smoking and cardiovascular disease risk: a scientific statement from the American Heart Association. *Circulation*, v. 139, n. 19, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www.ahajournals.org/doi/full/10.1161/CIR.0000000000000671>. Acesso em: 14 jan. 2023.

PRATTI, R.; MUKHERJEE, D. Epidemiology and adverse consequences of hookah/waterpipe use: a systematic review. *Cardiovascular & Hematological Agents in Medicinal Chemistry*, v. 17, n. 2, p. 82-93, 2019. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/ben/chamc/2019/00000017/00000002/art00004>. Acesso em: 14 jan. 2023.

<sup>9</sup> BADRAN, M.; LAHER, I. Waterpipe (shisha, hookah) smoking, oxidative stress and hidden disease potential. *Redox Biology*, v. 34, jul. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213231720300604>. Acesso em: 14 jan. 2023.

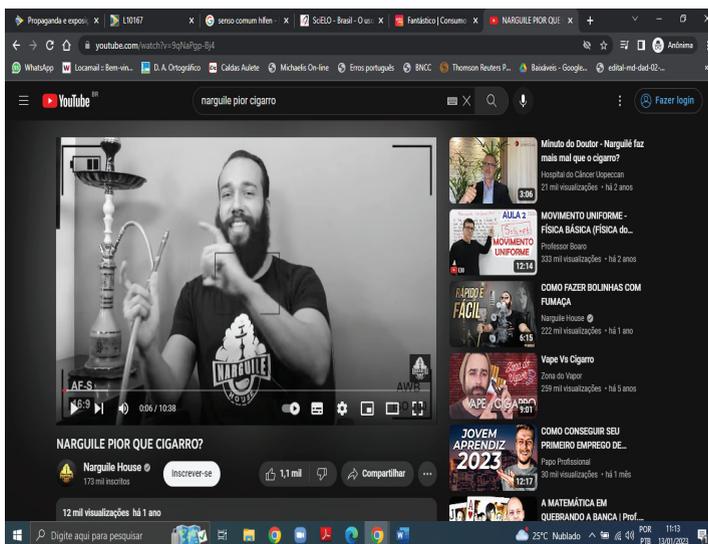
<sup>10</sup> JONAS, A. Impact of vaping on respiratory health. *BMJ*, v. 378, 18 jul. 2022. Disponível em: <https://www.bmj.com/content/378/bmj-2021-065997>. Acesso em: 14 jan. 2023.

<sup>11</sup> PATTEN, S. B. Vaping and mental health. *Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, v. 30, n. 1, fev. 2021. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7837520/>. Acesso em: 14 jan. 2023.

<sup>12</sup> SCHOLZ, J. R.; ABE, T. O. Cigarro eletrônico e doenças cardiovasculares. *Revista Brasileira de Cancerologia*, v. 65, n. 3, jul./set. 2019. Disponível em: <https://rbc.inca.gov.br/index.php/revista/article/view/542>. Acesso em: 14 jan. 2023.

## 2.2 DESINFORMAÇÃO A SERVIÇO DA PROMOÇÃO DE NARGUILÉS E CIGARROS ELETRÔNICOS

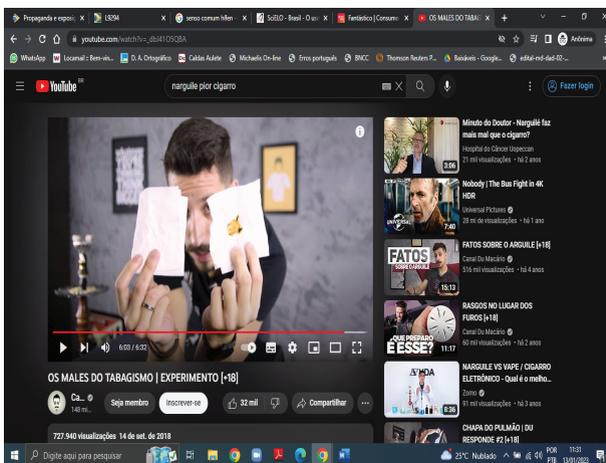
Este artigo não poderia se dedicar simplesmente a expor os males à saúde provocados por narguilés e cigarros eletrônicos, pois isso já é consenso científico e, até mesmo, senso comum; a imprensa sempre denuncia o aumento do consumo dessas drogas e os males provocados por elas<sup>13</sup>. Um dos grandes problemas que se pode observar quanto à equivocada tolerância com a promoção dessas drogas na Internet está na retórica utilizada por seus promotores. Vejam-se alguns exemplos:



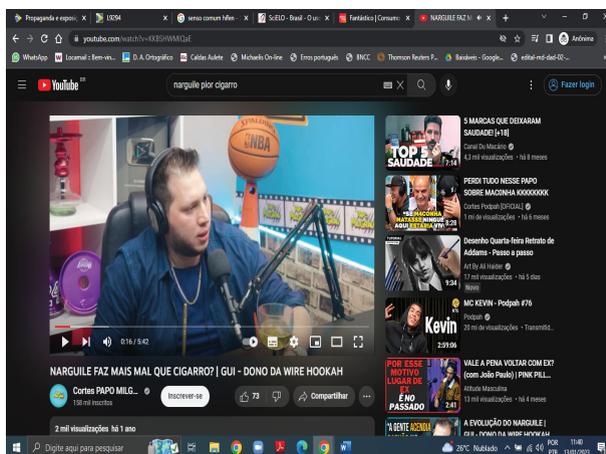
O problema foi a forma como tudo isso foi muito martelado, né? A mídia levou muito a sério aquela questão de que uma hora de narguile [é] equivalente a cem cigarros. Então, quando a gente pensa nisso, é muito comum o pessoal achar que uma hora de narguile realmente é equivalente a cem cigarros.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> FANTÁSTICO. Cigarros eletrônicos viram moda e provocam epidemia de nicotina entre os jovens. *Globoplay*, 5 jun. 2022. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10640797/>. Acesso em: 13 jan. 2023. FANTÁSTICO. Consumo de narguilé cresce no Brasil e especialistas alertam para riscos; jovem perdeu parte do pulmão. *Globoplay*, 11 jul. 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9678508/>. Acesso em: 13 jan. 2022.

<sup>14</sup> NARGUILE HOUSE. Narguile pior que cigarro? *YouTube*, 14 abr. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9qNaPgp-Bj4>. Acesso em: 13 jan. 2022.



Uma hora de arguile [esq.], e uma hora de cigarro [dir.] [em comparação entre as manchas nos guardanapos, para que o espectador tire suas conclusões].<sup>15</sup>



Eu não fico um dia sem fumar. Eu preciso fumar todo dia. Aí você vai falar: “Você é viciado”. Não! Eu preciso fumar porque eu tô estressado,

<sup>15</sup> CANAL DU MACÁRIO. Os males do tabagismo | experimento [+18]. *YouTube*, 14 set. 2018. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_dbJ41O5QBA](https://www.youtube.com/watch?v=_dbJ41O5QBA). Acesso em: 13 jan. 2023.

chego em casa e preciso fumar pra relaxar. Eu poderia usar outras coisas, mas eu prefiro usar arguile. Assim, faz mal também, eu não vou falar... não vou ser hipócrita, faz mal também, mas tudo o que é em excesso faz mal. Até a comida da esquina, que é frita, faz mal. Água em excesso faz mal.<sup>16</sup>

Em vez de admitirem os riscos, os corolários dessas drogas não cessam as demonstrações pseudocientíficas e as retóricas em prol da defesa de que essas substâncias não causariam (tanto) mal à saúde.

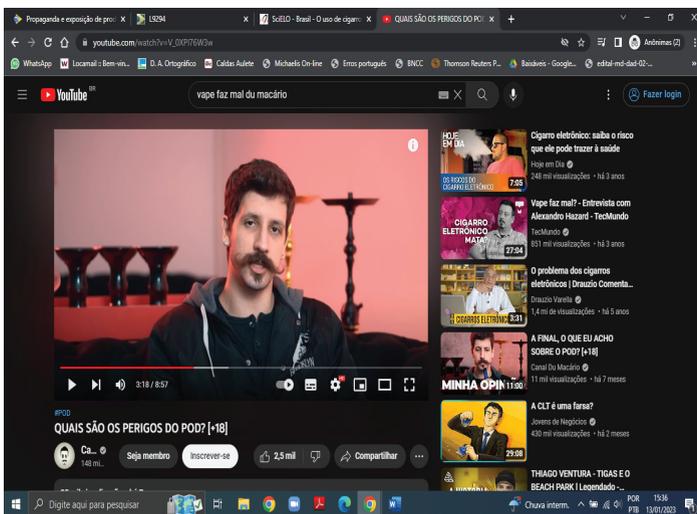
A sistemática postura defensiva é a pista para a compreensão do problema. A rejeição, de consistência por vezes superficial e infantil, a resultados científicos claros estaria buscando camuflar o óbvio interesse econômico escondido por trás do negócio; alguns desses soldados tabagistas são empresários do ramo, seja para produção de conteúdo, seja para fabricação e venda do próprio narguilé, ou de tabaco e acessórios a serem utilizados com ele, sem contar promoção de eventos, bares (*lounges*), etc.

Tudo isso sedimenta um solo fértil à publicidade desses produtos. Embora para a legislação eles sejam equivalentes ao cigarro comum, criam-se tantas falsas distinções que as autoridades e a sociedade patinam em torno da questão (que não deveria ser sequer levantada) de como regular essa droga – e, nesse meio-tempo, “empresários” disseminam os produtos, que, por lei, não podem contar com tal apelo publicitário.

Já, quanto aos cigarros eletrônicos (*vapes, pods, etc.*), percebe-se um movimento diferente nas redes sociais: não se vê a mesma insistência em falsas teorias de que ele não faz mal à saúde; ao contrário, por exemplo, o algoritmo do YouTube tende a priorizar vídeos que abordam os seus males – alguns dos quais produzidos até mesmo por pessoas que defendem o narguilé, por exemplo:

---

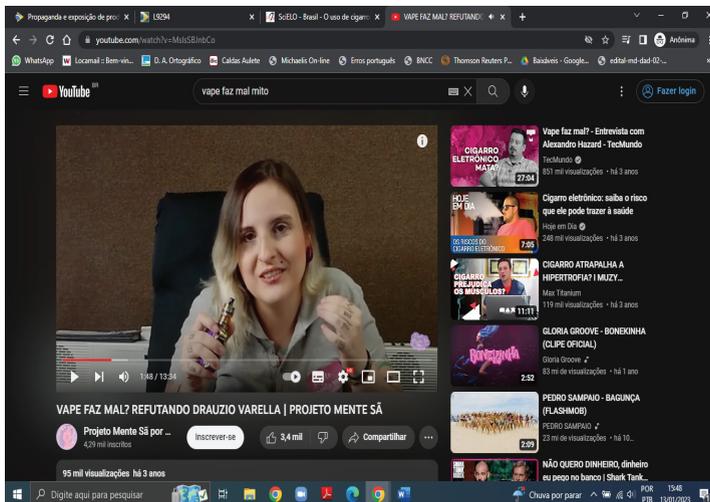
<sup>16</sup> CORTESPAPOMILGRAU [OFICIAL]. Narguile faz mais mal que cigarro? | Gui-Dono da WireHookah. *YouTube*, 13 out. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KKBSHWMIQaE>. Acesso em: 13 jan. 2023.



Isso aqui é vapor, não é a mesma coisa que a fumaça do cigarro [num raciocínio segundo o qual o cigarro eletrônico seria menos nocivo que o de tabaco]. Entretanto, isso aqui é extremamente mais viciante. [...] Isso aqui hoje tem um acesso extremamente fácil, mano, banca de jornal vende isso aqui, cambista vende isso aqui [...] e as pesquisas atuais dizem que um a cada cinco jovens já experimentou pen drives [gíria para cigarro eletrônico]. Então vamos botar um pouquinho a mão na consciência e pensar: será que eles não estão certos com toda essa preocupação que tá tendo?<sup>17</sup>

Ainda assim, apesar do menor número, há também a militância contra a verdade, com teorias conspiracionistas que defendem o uso do cigarro eletrônico, que vencem as prováveis predisposições algorítmicas pelas quais se apresenta menos conteúdo disso:

<sup>17</sup> CANAL DU MACÁRIO. Quais são os perigos do pod? [+18]. *YouTube*, 23 maio 2022. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=V\\_0XPI76W3w](https://www.youtube.com/watch?v=V_0XPI76W3w). Acesso em: 13 jan. 2023.



Sabe quem tá contra isso? Indústria tabagista. E há duas semanas, sabe quem falou contra o meu vape da cor do arco-íris? Drauzio Varella. E a gente tá aqui pra falar mal dele. Por quê? Porque o Drauzio pode ser muito bom [...], ele é muito maravilhoso, né? Mas nem sempre ele está certo. Ele está errado quando? Quando as pessoas compram a opinião dele. A verdade é essa. Porque todo mundo tem um preço, meu amor, todo mundo tem um preço.<sup>18</sup>

Portanto, para ambas essas drogas há defensores prontos a disseminar desinformação, e o seu tom infantilizado não existe ao acaso: seu público-alvo é composto majoritariamente por jovens e adolescentes, conforme se aborda adiante neste artigo.

Isso tudo levanta questões para estudos mais extensos e aprofundados acerca de temas como a responsabilidade civil dos provedores de conteúdo na Internet, dos *influenciadores* na rede e de possíveis limites à liberdade de expressão, além da responsabilidade dos provedores de aplicações. Neste artigo, contudo, essas informações ilustram o ambiente fértil à publicidade dessas drogas.

<sup>18</sup> PROJETO MENTE SÃ POR NATH DE ROSE. Vape faz mal? Refutando Drauzio Varella | Projeto Mente Sã. *YouTube*, 19 mar. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MslsSjnbCc>. Acesso em: 13 jan. 2023.

### 3 PERFIL CONSUMIDOR DE NARGUILÉ E CIGARROS ELETRÔNICOS: PRIMEIRO CONTATO COM ESSAS DROGAS NO INÍCIO DA ADOLESCÊNCIA

A metodologia jurídico-sociológica<sup>19</sup> ajuda a compreender adequadamente o fenômeno estudado, pois ela transcende a dogmática jurídica em favor da contextualização das normas estudadas. À semelhança do que ocorria com o cigarro de tabaco industrializado no século passado, começa-se a fumar narguilé e cigarros eletrônicos na adolescência, o que levanta, além da tutela da saúde pública, a obrigação incumbida a toda a sociedade de proteger os mais jovens, conforme o art. 227 da Constituição Federal<sup>20</sup>: “É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde [...]”.

Os levantamentos sobre índices de consumo de narguilés e cigarros eletrônicos parecem escassos<sup>21</sup>, e as pesquisas realizadas apontam informações generalizadas sobre o consumo de tabaco, e não sobre essas drogas especificamente, e/ou dados setorizados e regionalizados, com amostragens inevitavelmente limitadas. Isso, entretanto, não impossibilita a inferência de que (i) o consumo dessas drogas é crescente, (ii) prevalece entre os mais jovens e (iii) começa no início da adolescência. Conforme conclusões da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar de 2009 a 2019 levantadas pelo IBGE<sup>22</sup>:

Os dados apresentados e a análise da série histórica, apesar de referir uma diminuição do número de fu-

<sup>19</sup> GUSTIN, M. B. de S.; DIAS, M. T. F.; NICÁCIO, C. S. (Re)pensando a pesquisa jurídica: teoria e prática. 5. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Almedina, 2020.

<sup>20</sup> BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, 5 out. 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 18 jan. 2023.

<sup>21</sup> “No Brasil, existem poucos estudos populacionais sobre a prevalência do uso de narguilé [...]” (MARTINS, S. R.; SANTOS, U. de P. Narguilé, uma forma de consumo de tabaco em ascensão. *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, v. 45, n. 5, p. 1, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/tMs4zfvc3sCg79tQCgBvsBq/?lang=pt>. Acesso em: 16 jan. 2023)

“O combate ao cigarro eletrônico é um grande desafio no Brasil, já que se tem poucos dados sobre seu uso [...]” (FRIZON, A. B.; TRILLO, M. L. N.; SOUSA, L. A. P. de. Cigarro eletrônico. *Revista Eletrônica Acervo Médico*, v. 20, p. e11425, 22 dez. 2022. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/medico/article/view/11425>. Acesso em: 16 jan. 2023)

<sup>22</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar: análise de indicadores comparáveis dos escolares do 9º ano do ensino fundamental municípios das capitais*, p. 100. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101955.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2023.

mantes de consumo recente de cigarros, aponta sinais de alerta para mudanças no perfil de consumo relacionadas ao sexo, com aumento da exposição precoce das meninas à experimentação. A introdução de *novos produtos do tabaco* como os “cigarros eletrônicos”, o *narguilé* e outros, têm preocupado os órgãos de saúde de vários países no mundo e de organismos internacionais de saúde. Segundo a OMS, a estratégia da indústria do tabaco, de ampliar o seu consumo se dá, atualmente, através desses *novos meios* de comercialização e principalmente entre *crianças e adolescentes*.

Ao analisar esse estudo, Malta e colaboradores<sup>23</sup> destacam as suas limitações:

[...] deve-se destacar que os dados obtidos se basearam no relato dos escolares, o que pode ter acarretado *viés de informação*. Apesar de a maioria dos adolescentes brasileiros estar na escola (97%), sabe-se que aqueles que se encontram fora do ambiente escolar apresentam maiores riscos à saúde, bem como mais comportamentos de risco, o que tenderia a subestimar as prevalências encontradas. Trata-se de estudo descritivo, sem ajuste de covariáveis. Além do mais, as mudanças de diversas questões no questionário de 2019 limitam a comparação com as edições da PeNSE 2009, 2012 e 2015. Outra limitação refere-se às mudanças no processo de amostragem, e a amostra de 2019 é comparável apenas com a amostra 2 de 2015. Entretanto, ainda não é possível a comparação com 2009 e 2012.

Observa-se estabilidade nos indicadores de tabaco fumado entre 2015 e 2019, no entanto as prevalências de *experimentação* de cigarros e outros produtos do tabaco

<sup>23</sup> MALTA, D. C.; GOMES, C. S.; ALVES, F. T. A.; OLIVEIRA, P. P. V. de; FREITAS, P. C. de; ANDREAZZI, M. O uso de cigarro, narguilé, cigarro eletrônico e outros indicadores do tabaco entre escolares brasileiros: dados da Pesquisa Nacional de Saúde Escola 2019. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, v. 25, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbepid/a/88wk8FJpJFd6np6MyGR84yF/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

como narguilé e cigarro eletrônico são *elevadas*. Esses resultados destacam a necessidade de novas medidas regulatórias para o tabaco no Brasil.

Estudo publicado em 2022, realizado pela Vital Strategies Brasil em parceria com a Universidade Federal de Pelotas (UFPel), revelou que 17% dos jovens brasileiros entre 18 e 24 anos experimentaram narguilé, enquanto 19,7% do mesmo grupo experimentou cigarro eletrônico, sendo este o grupo com maior percentual de experimentação entre todos os estudados (faixa etárias consideradas a partir de 18 anos até 65 ou mais)<sup>24</sup>. O estudo considerou o primeiro trimestre de 2022.

Há uma clara relação inversa entre experimentação desses produtos com a idade: mais jovens experimentam com maior frequência do que mais velhos, sendo essa proporção mais de 10 vezes maior quando comparados o grupo de indivíduos de 18 a 24 anos com aquele de indivíduos com 65 anos ou mais [para os indivíduos dessa faixa etária, o percentual de experimentação de narguilé foi de 1,1 no mesmo período e de cigarro eletrônico, 1,6].<sup>25</sup>

Pesquisa<sup>26</sup> realizada nos Estados Unidos da América contou com informações de 139.624 pessoas. Entre elas, 72% eram adolescentes (menores de 18 anos); 15%, jovens adultos (entre 18 e 25 anos); e 13%, adultos (acima de 25 anos). Considerando plataformas como Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, Google Plus, Tumblr, Instagram, Snapchat, e outras não especificadas, no período compreendido entre 2014 e 2021, com especial enfoque entre 2017 e 2021, a pesquisa analisou o consumo de tabaco e cigarro eletrônico entre pessoas

---

<sup>24</sup> VITAL STRATEGIES BRASIL *et al.* *Inquérito Telefônico de Fatores de Risco para Doenças Crônicas em Tempos de Pandemia – Covitel*: relatório final. São Paulo: Vital Strategies, 2022. p. 21. Disponível em: <https://www.vitalstrategies.org/wp-content/uploads/Covitel-Inque%CC%81rito-Telefo%CC%82nico-de-Fatores-de-Risco-para-Doenc%CC%A7as-Cro%CC%82nicas-na%CC%83o-Transmissi%CC%81veis-em-Tempos-de-Pandemia.pdf>. Acesso em: 9 set. 2023.

<sup>25</sup> *Idem*.

<sup>26</sup> DONALDSON, S. I.; DORMANESH, A.; PEREZ, C.; MAJMUNDAR, A.; ALLEM, J.-P. Association Between Exposure to Tobacco Content on Social Media and Tobacco Use: A Systematic Review and Meta-analysis. *Jama Pediatrics*, jul. 2022. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/article-abstract/2794077>. Acesso em: 24 set. 2023.

expostas a conteúdos relacionados a isso nas redes sociais, em comparação às pessoas não expostas, em três campos: (1) uso do fumígeno por toda a vida; (2) uso por mais de 30 dias; e (3) experimentação por não usuários. Em todos os campos de análise, concluiu-se que as pessoas expostas a conteúdos relacionados a tabaco nas redes sociais tinham maior probabilidade de consumi-lo, quando comparadas com quem não sofria essa exposição, sendo que resultados similares foram encontrados em relação ao cigarro eletrônico.

A escassez de levantamentos científicos sobre experimentação e consumo de narguilés e cigarros eletrônicos não ocorre sem motivo; a par das dificuldades inerentes a toda investigação, esses fatores são relativamente recentes, o que pode desafiar a aplicação de métodos estatísticos para apurações adequadas. De todo modo, tanto a imprensa quanto as incontáveis páginas na Internet não deixam dúvida quanto ao crescente número de usuários dessas drogas e ao seu perfil jovem.

Em recente julgamento acerca da constitucionalidade do art. 3º da Lei nº 9.294/1996, que restringiu a propaganda de fumígenos, o Supremo Tribunal Federal consignou em seu acórdão a informação de que teriam sido “juntados nos autos, aliás, fortes indicativos de que a publicidade, historicamente, foi direcionada de modo específico, pelas grandes fabricantes de cigarro, ao público jovem”, com o interesse de renovar os seus consumidores<sup>27</sup>. Diante disso, é mister compreender o discurso publicitário em torno dessas drogas.

#### **4 PUBLICIDADE: DISCURSOS ANTIGOS CONTINUAM A SER EXITOSOS PARA A PROMOÇÃO DE DROGAS**

Décadas atrás, até antes da respectiva regulamentação no Brasil, os anúncios publicitários de cigarro chegavam a ser icônicos, marcantes para gerações; associava-se o tabaco a diversos valores positivos para o público-alvo, até mesmo à saúde. Atualmente, a estratégia de venda de narguilés e cigarros eletrônicos é muito parecida, atualizada ao ambiente e ao público-alvo – e continua a compreender a saúde de algum modo, ao sugerir que essas drogas sejam menos nocivas que outras.

Antes de se apresentarem alguns exemplos comparativos, é importante ressaltar uma diferença: a produção de cigarros industrializados e a respectiva

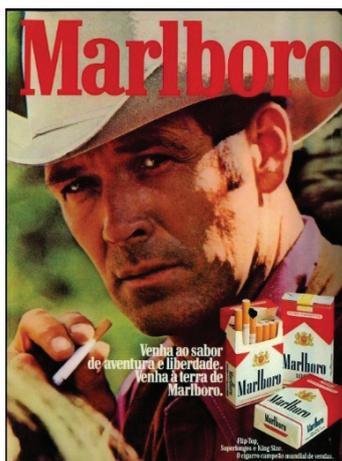
---

<sup>27</sup> SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. ADI 3311/DF. Relatora Ministra Rosa Weber. Data de Julgamento: 14 set. 2023, p. 77. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=15353831520&ext=.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2023.

publicidade concentravam-se (e ainda se concentram) em poucas empresas (no Brasil, a expoente é a BAT Brasil, Souza Cruz<sup>28</sup>); por outro lado, narguilés e cigarros eletrônicos são fabricados e vendidos por diversas organizações.

Soma-se a isso o fato de que para o consumo de narguilés são necessários os próprios equipamentos (narguilés) e o tabaco (fumo, essência, *shisha*, etc.); para fumar cigarros eletrônicos, é necessário ter os próprios equipamentos (*vapes*) e os líquidos (*juices*) a serem vaporizados (a par das opções de equipamentos que já vêm com o líquido, os chamados *pods*), o que diversifica os produtos e, portanto, os discursos publicitários em torno deles (são diversas marcas para diferentes mercadorias).

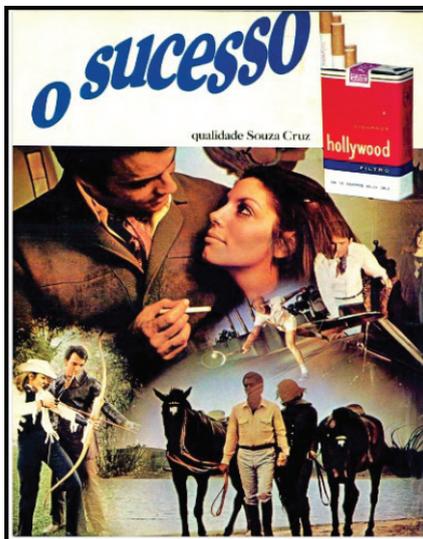
Vejam-se alguns anúncios de cigarros a serem comparados, adiante, com as estratégias de comunicação em redes sociais nas páginas que promovem narguilés e cigarros eletrônicos.



Anúncio dos cigarros Marlboro, com o mote de “aventura e liberdade”, cuja campanha promovia valores do padrão “ideal” de masculinidade à época<sup>29</sup>.

<sup>28</sup> A EMPRESA. *BAT Brasil*, [s.d.]. Disponível em: [https://www.batbrasil.com/group/sites/SOU\\_AG6LVH.nsf/vwPagesWebLive/DO9YABCW?opendocument](https://www.batbrasil.com/group/sites/SOU_AG6LVH.nsf/vwPagesWebLive/DO9YABCW?opendocument). Acesso em: 16 mar. 2023.

<sup>29</sup> “ANÚNCIO cigarros Marlboro - 1975”. Anúncios anos 70 - Oswaldo Hernandez, [s.d.]. Disponível em: <https://memoriasoswaldohernandez.blogspot.com/2012/10/anuncio-de-cigarros-na-decada-de-setenta.html?zx=dd075b36acf5e7d6>. Acesso em: 16 jan. 2023.

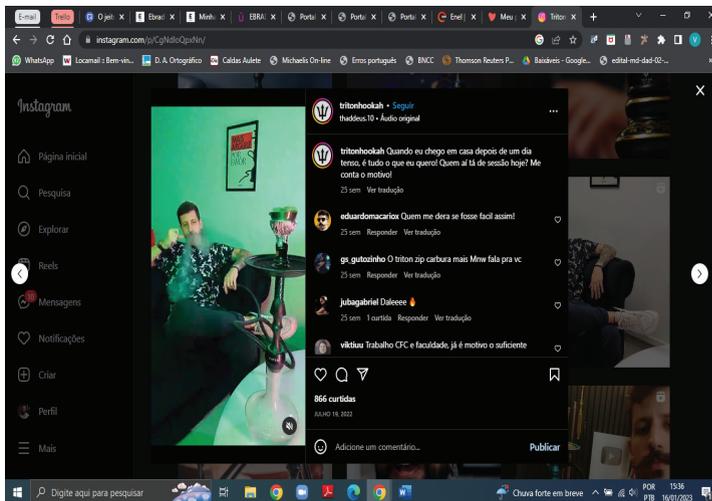


Anúncio dos cigarros Hollywood, com o mote de “sucesso”, cuja campanha promovia valores riqueza, *status* e poder<sup>30</sup>.

Esses anúncios da década de 1970, incontáveis, predominantes na mídia impressa e televisiva da época, parecem pertencer a uma realidade muito distante da nossa. Essa percepção conflitiva, entretanto, é enganosa: eles continuam se fazendo presentes, em outras plataformas, em outras linguagens, promovendo o tabagismo (e o “vaporismo”, pior que este) com associações semelhantes a essas, apenas atualizadas para as novas gerações. Vejam-se alguns exemplos:

<sup>30</sup> “ANÚNCIO Hollywood 1970”. Anúncios anos 70 - Oswaldo Hernandez, [s.d.]. Disponível em: <https://memoriasoswaldohernandez.blogspot.com/2012/10/anuncio-de-cigarros-na-decada-de-setenta.html?zx=dd075b36acf5e7d6>. Acesso em: 16 jan. 2023.



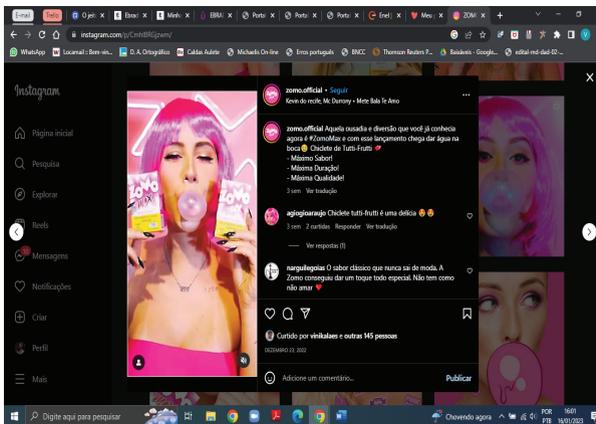


Anúncio da marca Triton Hookah (@tritonhookah, com 85,1 mil seguidores no Instagram), estrelado por Eduardo Macário (presente em dois vídeos analisados no tópico 2.1 deste artigo; @eduardomacariox, com 61,9 mil seguidores no Instagram e 149 mil inscritos no seu canal no YouTube, o Canal Du Macário), influenciador conhecido por se apresentar como especialista em narguilês. “Quando eu chego em casa depois de um dia tenso, é tudo o que eu quero! Quem aí tá de sessão hoje? Me conta o motivo!”

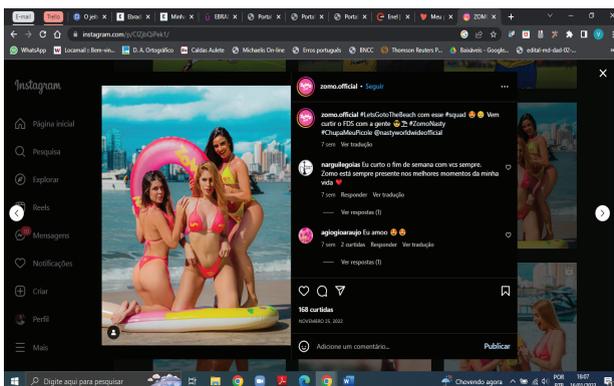
Esses anúncios permitem inferir algumas estratégias: (i) associação a tópicos de interesse de adolescentes; (ii) fetichização da própria mercadoria; e (iii) argumentos de autoridade, feitos por quem fala a língua do público-alvo: jovens *descolados* que sabem tudo sobre o assunto e chegam a contradizer instituições e autoridades médicas.

À semelhança dos anúncios antigos de cigarro, não se fala de tabaco ou de uma perspectiva ritualística do ato de fumar, tampouco há qualquer advertência sobre os seus males. E há ainda uma diferença para pior: o público-alvo é bem mais jovem; não se vende mais tabaco para homens adultos que querem se sentir mais másculos ou bem-sucedidos, mas para adolescentes que desejam brinquedos de desenho animado.

## b) Tabaco para narguilés



Anúncio da Zomo Max (@zomo.official, com 95,5 mil seguidores no Instagram), maior empresa do ramo no Brasil, divulgando seu novo tabaco sabor chiclete de tutti-frutti. “Aquela ousadia e diversão que você já conhecia agora é #ZomoMax [antes a marca era apenas Zomo; agora é Max porque tem sabores mais intensos, com duração mais longa] e com esse lançamento chega dar água na boca. Chiclete de Tutti-Frutti. / Máximo Sabor! / Máxima Duração! / Máxima Qualidade!”



Anúncio da Zomo Max divulgando a página Nasty Worldwide (@nastyworldwideofficial), que divulga os seus produtos chamados *Electronic Nicotine Delivery System* (ENDS) – em português, Sistema Eletrônico de Entrega de Nicotina, ou seja, cigarro eletrônico. Além desse anúncio em foto, há outros anúncios em vídeo, com modelos e *takes* em viés de erotização. A associação entre as marcas não é absolutamente clara, provavelmente porque a Anvisa proíbe, desde 2009, a

comercialização de cigarros eletrônicos. “#LetsGoToTheBeach [Vamos para a praia] com esse #Squad [time]. Vem curtir o FDS [fim de semana] com a gente. #ZomoNasty [líquido para cigarros eletrônicos da marca Zomo em colaboração com a marca Nasty] #ChupaMeuPicole [o sabor do produto é picolé] @nastyworldwideofficial”.



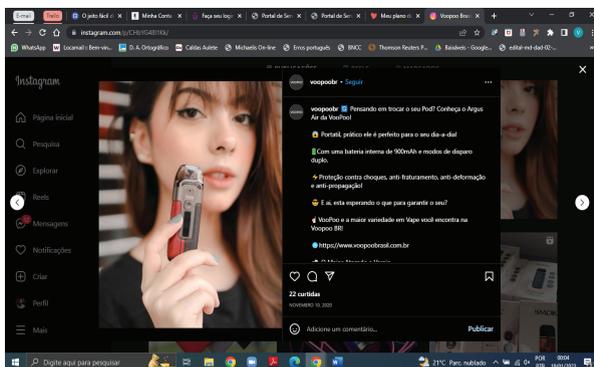
Anúncio da Ziggy (@ziggyoficialbr, com 108 mil seguidores no Instagram), cujo slogan é “Da fruta ao rosh”. “Calor né??? / Chegou a hora de bater de frente com o verão, se liga nesse mix [mistura de dois sabores de tabaco na mesma sessão] com saborzinho de refrescância / Morango e Laranja + Hapocalyx Mint / Uma mistura gelada e saborosa, sinte de perto essa proposta única. / E aí ziggeiro, bora refrescar? / Ziggy, da fruta ao rosh”.



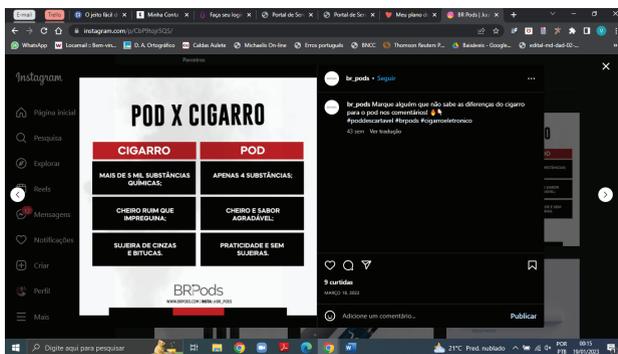
Anúncio da Mazaya América Latina (Mazaya é uma empresa com presença marcada em todo o mundo): @mazayatatina, com 83,6 mil seguidores no Instagram. “Aproveitar o final de domingo com arguile e muitaaa Mazaya #bomfinaldesemana #mazaya #mazayatobacco #mazayaarabia #brasil”.

Esses anúncios demonstram que as empresas de tabaco para narguilé investem nas associações dos seus produtos com (i) valorização do sabor do aditivo do tabaco; (ii) espírito jovem, irreverente, *descolado*, etc.; e (iii) outros produtos apreciados por seu público-consumidor, como os cigarros eletrônicos.

### c) Cigarros eletrônicos



Anúncio da Voopoo Brasil (@voopobr, com 447 seguidores no Instagram). A baixa quantidade de seguidores sugere que não se trata de página oficial da fabricante Voopoo (@voopotechofficial, com 4 mil seguidores), mas de um importador dos seus produtos no País. “Pensando em trocar o seu Pod? Conheça o Argus Air da Voopoo! / Portátil, prático, ele é perfeito para o seu dia-a-dia! / Com uma bateria interna de 900mAh e modos de disparo duplo. / Proteção contra choques, anti-fraturamento, anti-deformação e anti-propagação! / E aí, está esperando o que para garantir o seu? / Voopoo e a maior variedade em vape você encontra na Voopoo BR!”



Campanha da loja BR Pods (@br\_pods, com 9 mil seguidores no Instagram): “Marque alguém que precisa saber as diferenças do cigarro para o pod nos comentários!”



Campanha da loja BR Pods (@br\_pods, com 9 mil seguidores no Instagram). “Os juuls possuem grande nuvens de vapor, usado com um líquido eletrônico e um maior teor de glicerina vegetal. O maior teor de glicerina vegetal é o que produz nuvens mais cheias do que as dos vapes de vagem [provável erro por tradução feita em sistema automático, realizada por quem publicou o texto]. Devido às nuvens mais cheias, eles proporcionam uma experiência visual agradável. / O ignite estão se tornando muito populares, contém e-líquido com sal de nicotina, possui uma concentração maior de nicotina do que os e-líquidos de base livre usados com mods vape [cigarros eletrônicos que não vêm com o líquido] e estão disponíveis em diferentes potências de nicotina. Eles usam cápsulas cheias de e-líquido, são pequenos e mais fáceis de transportar em bolsos e bolsas”.

#### d) Líquidos para cigarro eletrônico



Anúncio da Rainmaker Juices (@rainmakerjuices, com 9,2 mil seguidores no Instagram). “Eden’s Apple Neo / Composição: / Maçã Verde e Vermelha / Pera / Ice / Um clássico, a perfeita harmonia das duas maçãs, maçã vermelha e verde em uma



De forma geral, a Constituição Federal estabelece o direito à saúde como um direito social (art. 6º), e o Estatuto da Criança e do Adolescente assegura esse direito por meio de políticas públicas que garantam o desenvolvimento sadio (art. 7º), além da legislação específica que regulamenta os fumígenos e a sua propaganda. Além disso, é importante notar a tutela jurídica de diferentes direitos e interesses compreendidos nessa problemática, notadamente a relação do direito à saúde com informação e consumo.

O conteúdo jurídico do direito à saúde pode ser controverso; por exemplo, a academia vem criticando a falta de um *conceito* (ou delimitações técnicas claras) na jurisprudência do Supremo Tribunal Federal<sup>31</sup>. Contudo, o enfoque deste artigo não está na judicialização do direito à saúde (na tutela jurisdicional de tratamentos médicos, por exemplo), mas no cumprimento de uma obrigação legal já constituída, problemática, consistente em uma inércia em relação ao conteúdo (que compreende anúncios publicitários) sobre narguilés e cigarros eletrônicos publicado em redes sociais.

Nesse sentido, o direito à saúde compreende uma obrigação positiva do Estado, que deve promovê-lo ativamente<sup>32</sup>. Em relação à redução do consumo de tabaco, conforme se vê adiante neste artigo, o País vem tendo atuação exemplar, fato que evidencia ainda mais a estranheza em relação à referida tolerância.

Não obstante, as normas que tutelam as relações de consumo têm um conceito amplo de *informação* enquanto bem jurídico, havendo os direitos de *informar, se informar e ser informado*. Este último aspecto, de ser informado, incumbe os órgãos públicos de darem publicidade das suas atividades e, no campo consumerista, também os fornecedores de informar a sociedade<sup>33</sup>, entre outras coisas, quanto à nocividade potencial dos seus produtos e serviços – o que vai frontalmente de encontro com desinformação e publicidade proibida,

---

<sup>31</sup> “Os Ministros da Suprema Corte ainda não formularam um conceito de direito à saúde, proferindo, em regra, decisões de procedência do pedido formulado pelo autor, quase sempre fundado na diretiva constitucional de recuperação, em razão da concepção desse direito fundamental como um direito absoluto, atrelado indissociavelmente à própria vida.” BRUM, C. J. D.; FREITAS FILHO, R. A retórica do direito à saúde no Supremo Tribunal Federal. In: FREITAS FILHO, R. (coord.). *Direito à saúde*: questões teóricas e a prática dos tribunais. São Paulo: Saraiva Educação, 2021. p. 94

<sup>32</sup> CIARLINI, A. L. de A. S. *Direito à saúde*: paradigmas procedimentais e substanciais da Constituição. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 34 [do livro eletrônico].

<sup>33</sup> NUNES, R. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva Educação, 2021. p. 34 [do livro eletrônico].

independentemente de advertências nos próprios produtos (a exemplo dos famosos avisos, nas caixas de tabaco, sobre os seus malefícios).

Vale dizer, cigarros eletrônicos são proibidos no Brasil, conforme a RDC 46/2009 da Anvisa, que “proíbe a comercialização, a importação, e a propaganda de quaisquer dispositivos eletrônicos para fumar, conhecidos como cigarro eletrônico”<sup>34</sup>. Não obstante, essa resolução não ignora os líquidos (*juices*) consumidos através dos cigarros eletrônicos, conforme o seu art. 1º, parágrafo único: “Estão incluídos na proibição que trata o *caput* deste artigo quaisquer acessórios e refs destinados ao uso em qualquer dispositivo eletrônico para fumar”.

O cigarro, por sua vez, não tem a sua comercialização vedada, apesar de a sua propaganda ser regulamentada. Segundo o REsp 1113804/RS, o cigarro não poderia ser considerado um produto de *alto grau de nocividade ou periculosidade* (art. 10 do CDC), o que impossibilitaria a sua comercialização, sendo, na verdade, um *produto de periculosidade inerente*, que importa a necessidade de adequada informação sobre a sua nocividade ou periculosidade (art. 9º do CDC)<sup>35</sup>.

Constitucionalmente, a propaganda de tabaco é sujeita a restrições legais, impondo-se a advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso (art. 220, § 4º, da CF). Além disso, a eficaz regulação contra a propaganda de cigarros de tabaco vale também para a publicidade de cigarros eletrônicos e narguilés, conforme o art. 3º da Lei nº 9.294/1996<sup>36</sup>:

---

<sup>34</sup> BRASIL. Ministério da Saúde (MS). Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). *Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 46, de 28 de agosto de 2009*. Proíbe a comercialização, a importação, e a propaganda de quaisquer dispositivos eletrônicos para fumar, conhecidos como cigarro eletrônico. Brasília, 2009. Disponível em: [http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC\\_46\\_2009\\_COMP.pdf/2148a322-03ad-42c3-b5ba-718243bd1919](http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_46_2009_COMP.pdf/2148a322-03ad-42c3-b5ba-718243bd1919). Acesso em: 22 jan. 2023.

<sup>35</sup> SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. *Recurso Especial nº 1.113.804/RS (2009/0043881-7)*. 4ª Turma, Relator Ministro Luis Felipe Salomão. Data de Julgamento: 27 abr. 2010, p. 14-17. Disponível em: [https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/102802/Julgado\\_2.pdf](https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/102802/Julgado_2.pdf). Acesso em: 29 dez. 2023.

<sup>36</sup> BRASIL. *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 artigo 220 da Constituição Federal. Brasília, 1996. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19294.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.294%2C%20DE%2015%20DE%20JULHO%20DE%201996.&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20as%20restri%C3%A7%C3%B5es%20ao,220%20da%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20Federal](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19294.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.294%2C%20DE%2015%20DE%20JULHO%20DE%201996.&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20as%20restri%C3%A7%C3%B5es%20ao,220%20da%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20Federal). Acesso em: 22 jan. 2023.

Art. 3º É 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 que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da TIPI, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo.

Importante mencionar que em 14 de setembro de 2022 foi julgada improcedente a ADI3311, que pretendia reconhecer suposta inconstitucionalidade desse artigo. Segundo o acórdão, o propósito primário dos anúncios publicitários é ampliar as vendas do produto, o que seria contrário à intenção do constituinte, considerados os diversos artigos que visam à proteção do direito à saúde, inclusive preventivamente, justificando-se, assim, a vedação à sua propaganda. Além disso, consta do acórdão que a “contrapropaganda” (advertência sanitária obrigatória nas embalagens dos produtos com tabaco) se mostraria uma medida suficiente a proteger a saúde pública e atender ao dever de informação, na dimensão de proteção ao consumidor, por ser eficaz para fazer com que se reflita sobre a prática do fumo, uma vez noticiada a gravidade dos seus riscos<sup>37</sup>.

Essa lei foi regulamentada pelo Decreto nº 8.262/2014, que reforçou a proibição de propaganda de qualquer fumígeno em seu art. 7º, prevendo o narguilé expressamente nessa vedação. Assim, as propagandas realizadas nas redes sociais, exploradas neste artigo, não seriam lícitas por nenhuma perspectiva.

É importante ressaltar que a relação entre a proibição de propaganda e a lacuna de fiscalização das redes sociais já foi verificada anteriormente pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar). Em 2019, por iniciativa própria, o órgão instaurou a Representação nº 161/2019

---

<sup>37</sup> SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. ADI 3311/DF. Relatora Ministra Rosa Weber. Data de Julgamento: 14 set. 2023, p. 61-62. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=15353831520&ext=.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2023.

para analisar anúncios de cigarro eletrônico, realizados em redes sociais pela marca Juul BR; a decisão foi pela sustação do anúncio, considerado contrário à legislação, “que veda a comercialização do aparelho e restringe a publicidade de produtos de fumo em geral”<sup>38</sup>.

Além disso, o art. 3º-A da Lei, inserido no ano 2000, também proíbe o patrocínio de eventos culturais e esportivos pelas empresas que comercializem esses produtos, prática não explorada neste artigo, mas que também é bastante comum e divulgada nas redes, merecendo investigação empírica própria.

Importante consignar que, em 2006, com o Decreto nº 5.658, o Brasil ratificou a Convenção Quadro para o Controle do Tabaco<sup>39</sup> da Organização Mundial da Saúde, que, em seu art. 13, trata da publicidade, da promoção e do patrocínio ao tabaco. Nesse artigo, cada país aderente à Convenção compromete-se a instituir uma proibição total da publicidade, da promoção e dos patrocínios além-fronteira, originados em seu território relacionados ao tabaco, realizando as medidas legislativas, executivas e administrativas para isso no prazo de cinco anos.

Para a Convenção, “‘publicidade e promoção do tabaco’ é qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo” e “‘patrocínio do tabaco’ é qualquer forma de contribuição a qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, efeito ou possível efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo”<sup>40</sup>.

No que tange ao patrocínio além-fronteira, o artigo tem especial atenção, estabelecendo a possibilidade de cooperação para o desenvolvimento de

---

<sup>38</sup> CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. *Boletim do Conar*, n. 220, p. 71, jan. 2020. Disponível em: <http://www.conar.org.br/pdf/conar220.pdf>. Acesso em: 24 set. 2023.

<sup>39</sup> INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA; SECRETARIA-EXECUTIVA DA COMISSÃO NACIONAL PARA IMPLEMENTAÇÃO DA CONVENÇÃO-QUADRO PARA CONTROLE DO TABACO; CAVALCANTE, T. M. (coord.). *Convenção-Quadro para Controle do Tabaco*: texto oficial, p. 39. 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: 9 set. 2023.

<sup>40</sup> *Idem*, p. 31.

tecnologias e de outros meios para facilitar a eliminação da publicidade e futura elaboração de protocolo de colaboração internacional para essa finalidade.

O País obrigou-se a implementar políticas públicas para o controle e a redução do consumo de tabaco e derivados, tarefa que deve atender ao princípio da eficiência, para o qual parecem relevantes as inovadoras abordagens sobre *nudges* e arquitetura de escolha, que alvorecem como conceitos parcelares de um “paternalismo libertário”, que contribuem com importantes críticas ao modelo axiomático do indivíduo racional (o que, por vezes, se convencionou chamar de *homem médio* no Direito)<sup>41</sup>. Sobre essa perspectiva, vêm surgindo importantes contribuições acadêmicas, a exemplo de Nurchis e colaboradores<sup>42</sup>: “[...] as estratégias de ‘*nudge*’ para a prevenção do consumo de tabaco e álcool em adultos apresentam resultados promissores”.

Nesse sentido, as medidas a serem implementadas para a redução do consumo de tabaco (e a conseqüente promoção de saúde pública) devem levar em conta expectativas concretas de resultado quanto a isso – a exemplo da histórica redução do consumo de cigarros<sup>43</sup> após a implementação de todas as medidas do MPOWER<sup>44</sup> (“pacote técnico destinado a ajudar países a implementarem a Convenção [para o Controle do Tabaco da Organização Mundial da Saúde]”)<sup>45</sup>, que nos coloca entre os quatro países apenas a terem alcançado essa marca.

<sup>41</sup> RAMIRO, T.; FERNANDEZ, R. G. O nudge na prática: algumas aplicações do paternalismo libertário às políticas públicas. *Textos de Economia*, Florianópolis, v. 20, n. 1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/economia/article/view/2175-8085.2017v20n1p1>. Acesso em: 30 dez. 2023.

<sup>42</sup> NURCHIS, M. C.; DI PUMPO, M.; PERILLI, A.; GRECO, G.; DAMIANI, G. Nudging Interventions on Alcohol and Tobacco Consumption in Adults: a Scoping Review of the Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 20, n. 3, 2023. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/20/3/1675>. Acesso em: 30 dez. 2023.

<sup>43</sup> De acordo com relatório da Organização Mundial da Saúde, a média mundial caiu de 22,8% de população tabagista em 2007 para 17% em 2021 (WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO report on the global tobacco epidemic, 2023: protect people from tobacco smoke. *World Health Organization*, [s.l.], p. 100, 2023. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240077164>. Acesso em: 30 dez. 2023).

<sup>44</sup> A sigla MPOWER, lida como *empower* (empoderar, em inglês) refere-se a *monitor, protect, offer, warn, enforce and raise*; respectivamente, monitorar, proteger, oferecer, alertar e elevar (custos e impostos).

<sup>45</sup> WORLD HEALTH ORGANIZATION, *idem*, p. xv.

Entretanto, apesar desses importantes avanços, parece haver uma tolerância injustificável em relação à promoção de conteúdo, anúncios publicitários, etc., sobre narguilés e cigarros eletrônicos nas redes sociais, o que coloca em xeque tamanho esforço empreendido pelo País.

## **6 RESPONSABILIDADE CIVIL NA INTERNET: PROTAGONISMO DAS PROVEDORAS DE APLICAÇÕES**

São diversos os agentes que atuam na Internet, e cada um deles se submete a um sistema específico de responsabilidade civil, de acordo com uma classificação que leva em conta a sua atividade específica. Há provedores de *backbone* (“espinha dorsal” da Internet, sua infraestrutura de base, que conecta servidores entre si), provedores de acesso à Internet, provedores de hospedagem, entre outros. Além deles, há indivíduos (usuários, internautas) e empresas que utilizam os seus serviços e, portanto, podem (e devem) responder por seus atos na rede.

O objeto de estudo deste artigo compreende com maior relevo a responsabilidade dos provedores de aplicações, categoria da qual fazem parte as redes sociais *online* (Facebook, Instagram, YouTube, entre outras). Mister observar que elas também são responsáveis pelo conteúdo publicado nas suas plataformas, além dos usuários que o produzem. Em outras palavras, se uma marca de cigarro eletrônico publica um anúncio publicitário no Instagram, ela não é a única a ser eventualmente responsabilizada por isso; o Instagram também está sujeito a ser responsabilizado por esse mesmo conteúdo. E isso é essencial para que a respectiva norma jurídica seja eficaz, pois seria um trabalho hercúleo, se não impossível, sancionar um a um os usuários de redes sociais, que, além de serem bilhões de pessoas, podem criar diferentes contas todos os dias, anonimamente.

Logo após as chocantes denúncias, feitas por Edward Snowden, de que os Estados Unidos estariam a espionar diversos países, inclusive o Brasil (cuja presidente à época, Dilma Roussef, teve *emails* lidos pela Casa Branca), houve uma corrida mundial pela regulação da Internet (ainda não das redes sociais *online*, especificamente), que entre nós culminou na edição da Lei nº 12.965/2014, designada por lideranças políticas e encampada pela imprensa e academia como Marco Civil da Internet.

Essa norma sedimentou um sistema de responsabilidade civil que rompeu com a jurisprudência até então predominante; antes dela tínhamos o *notice and take down*, então importado por nossos tribunais de uma norma estadunidense sobre propriedade intelectual (*Digital Millennium Copyright Act - DMCA*)<sup>46</sup>, sistema pelo qual uma provedora de aplicações poderia ser responsabilizada caso deixasse de remover determinado conteúdo após mera notificação de um usuário por ele prejudicado.

Com essa inovação legislativa, passou-se a exigir um curso jurisdicional obrigatório para se remover um conteúdo da rede – somente se responsabiliza um provedor por manter determinado conteúdo após decisão judicial para tanto. Isso se fez com o “intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura”. Contudo, o art. 19 da Lei nº 12.965/2014 estabelece também outro importante parâmetro a se considerar: “Ressalvadas as disposições legais em contrário”. Como se sabe, a interpretação da norma deve ser realizada considerando todo o contexto normativo aplicável, não se podendo considerar apenas um artigo isoladamente. No caso, é o próprio artigo analisado a enunciar tal expectativa de interpretação.

O art. 21 da Lei nº 12.965/2014 traz uma exceção à regra estabelecida no art. 19, mas certamente não é o único. Ao considerarmos todo o ordenamento jurídico brasileiro, encontramos diversas outras normas que regulamentam a liberdade de expressão, sem instituir qualquer regime de censura. Essas normas devem ser observadas por toda pessoa jurídica ou física estabelecidas no País, sendo elas ressalvadas na parte final do art. 19 do Marco Civil da Internet.

O art. 3º da Lei nº 9.294/1996 vedou toda propaganda de fumígeno e o art. 7º do Decreto nº 8.262/2014 explicitou a inclusão do narguilé nessa proibição, de forma que não há dúvidas sobre a ilicitude do conteúdo dessa natureza; trata-se de regulamentação da liberdade de expressão, que impede a disseminação desse conteúdo.

---

<sup>46</sup> U. S. COPYRIGHT OFFICE SUMMARY. *The Digital Millennium Copyright Act of 1998*, dez. 1998. Disponível em: <https://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

O Instagram, por exemplo, em suas Diretrizes da Comunidade<sup>47</sup>, sob o título “Cumpra a Lei”, afirma que “também não é permitido oferecer serviços sexuais, comprar ou vender armas de fogo, álcool e produtos de tabaco entre indivíduos particulares, bem como comprar ou vender drogas não medicinais ou farmacêuticas”. E, segundo as Diretrizes da Política de Ofertas<sup>48</sup> da Meta, artigos de tabacaria e produtos relacionados são itens proibidos.

No que tange aos padrões de publicidade<sup>49</sup>, a Meta determina que os anúncios devem obedecer a todas as leis locais aplicáveis, e estabelece que não é permitido promover a venda ou o uso de produtos de tabaco e equipamentos relacionados, incluindo explicitamente a proibição de dispositivos de vaporização.

Os anunciantes não podem exibir anúncios que promovam a venda ou o uso de produtos de tabaco ou nicotina ou acessórios relacionados, incluindo, entre outros: cigarros eletrônicos, vaporizadores, produtos de tabaco aquecidos ou outros produtos que simulem o fumo. Esses produtos apresentam riscos à saúde conhecidos e são potencialmente prejudiciais às pessoas.

A Meta<sup>50</sup> ainda esclarece, de forma visual, o que é ou não permitido em suas plataformas, estabelecendo uma clara proibição aos conteúdos como aqueles exemplificados neste artigo:

---

<sup>47</sup> META. *Diretrizes da Comunidade*. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119>. Acesso em: 23 set. 2023.

<sup>48</sup> META. *Diretrizes da Política de Ofertas*. Disponível em: [https://www.facebook.com/business/help/358970040838616?id=404748470363829&ref=search\\_new\\_0](https://www.facebook.com/business/help/358970040838616?id=404748470363829&ref=search_new_0). Acesso em: 23 set. 2023.

<sup>49</sup> META. *Tabaco e produtos relacionados*. Disponível em: [https://transparency.fb.com/pt-br/policies/ad-standards/dangerous-content/tobacco/?source=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fpolicies\\_center%2Fads%2Fprohibited\\_content%2Ftobacco](https://transparency.fb.com/pt-br/policies/ad-standards/dangerous-content/tobacco/?source=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fpolicies_center%2Fads%2Fprohibited_content%2Ftobacco). Acesso em: 23 set. 2023.

<sup>50</sup> *Idem*.

PERMITIDO	NÃO PERMITIDO
<p>✓</p>  <p>Esta imagem é compatível porque promove uma campanha antitabagismo.</p>	<p>✗ "Compre cigarros e cigarros eletrônicos aqui hoje!"</p>  <p>Esta imagem promove um cigarro eletrônico e não é compatível.</p> <p>✗</p>  <p>Esta imagem mostra imagens de um cachimbo de narguilé e não é compatível.</p>

Todas essas situações indicam uma possível responsabilidade civil da provedora de aplicações pela manutenção desses conteúdos, pois eles são expressamente vedados pela legislação brasileira e, especialmente com relação à Meta, por suas diretrizes de conteúdo. Mesmo assim, os conteúdos são facilmente publicados, mantidos e compartilhados nas redes sociais, possuindo grande interação do público, de forma a crescer na plataforma, atingindo diversas pessoas (não apenas aquelas que optam por seguir determinados perfis promotores desse tipo de conteúdo, pois a audiência de uma página normalmente excede os seus próprios seguidores, informação que não é pública, mas disponibilizada pela plataforma apenas ao responsável pelo determinado perfil).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo se propôs a investigar a publicidade de narguilés e cigarros eletrônicos em redes sociais, problema de pesquisa preliminarmente levantado em razão das incontáveis denúncias dos seus males à saúde e do seu crescente uso entre jovens e adolescentes. Por meio da análise de conteúdo publicado em redes sociais promovendo essas drogas, inferiu-se que há ao menos duas estratégias para a sua divulgação, que podem ser subdivididas em outras categorias (o que

se revela possivelmente como importante referencial em investigações futuras e na fiscalização e aplicação da lei em casos concretos): (i) desinformação, por meio da qual se tenta descredibilizar autoridades e estudos que denunciam os males provocados à saúde dos usuários dessas substâncias; e (ii) publicidade ativa, normalmente semelhante àquela predominante no século passado para a promoção de cigarros comuns, consistente sobretudo na fetichização da mercadoria e na associação do seu uso a valores caros ao seu público-alvo. Essa prática publicitária é expressamente vedada pelo ordenamento jurídico brasileiro, e parece urgente a atuação das autoridades competentes, bem como das redes sociais nas quais essas publicações são feitas, não por uma expectativa de conduta ética, mas porque a legislação lhes incumbe essa responsabilidade. É fundamental que se consiga manter o êxito duramente obtido em relação ao controle da publicidade de cigarros também aos narguilés e cigarros eletrônicos, medida necessária a um controle de saúde pública.

## REFERÊNCIAS

A EMPRESA. *BAT Brasil*, [s.d.]. Disponível em: [https://www.batbrasil.com/group/sites/SOU\\_AG6LVH.nsf/vwPagesWebLive/DO9YABCW?opendocument](https://www.batbrasil.com/group/sites/SOU_AG6LVH.nsf/vwPagesWebLive/DO9YABCW?opendocument). Acesso em: 16 mar. 2023.

BADRAN, M.; LAHER, I. Waterpipe (shisha, hookah) smoking, oxidative stress and hidden disease potential. *Redox Biology*, v. 34, jul. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213231720300604>. Acesso em: 14 jan. 2023.

BHATNAGAR, A. *et al.* Water pipe (hookah) smoking and cardiovascular disease risk: a scientific statement from the American Heart Association. *Circulation*, v. 139, n. 19, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www.ahajournals.org/doi/full/10.1161/CIR.0000000000000671>. Acesso em: 14 jan. 2023.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, 5 out. 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 18 jan. 2023.

BRASIL. *Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990*. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Brasília, 19 set. 1990.

BRASIL. *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 artigo 220 da Constituição Federal. Brasília,

1996. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19294.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19294.htm). Acesso em: 19 abr. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde (MS). Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). *Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 46, de 28 de agosto de 2009*. Proíbe a comercialização, a importação, e a propaganda de quaisquer dispositivos eletrônicos para fumar, conhecidos como cigarro eletrônico. Brasília, 2009. Disponível em: [http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC\\_46\\_2009\\_COMP.pdf/2148a322-03ad-42c3-b5ba-718243bd1919](http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_46_2009_COMP.pdf/2148a322-03ad-42c3-b5ba-718243bd1919). Acesso em: 22 jan. 2023.

BRUM, C. J. D.; FREITAS FILHO, R. A retórica do direito à saúde no Supremo Tribunal Federal. In: FREITAS FILHO, R. (coord.). *Direito à saúde: questões teóricas e a prática dos tribunais*. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

CANAL DU MACÁRIO. Os males do tabagismo | experimento [+18]. *YouTube*, 14 set. 2018. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_dbJ41O5QBA](https://www.youtube.com/watch?v=_dbJ41O5QBA). Acesso em: 13 jan. 2023.

CANAL DU MACÁRIO. Quais são os perigos do pod? [+18]. *YouTube*, 23 maio 2022. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=V\\_0XPI76W3w](https://www.youtube.com/watch?v=V_0XPI76W3w). Acesso em: 13 jan. 2023.

CIARLINI, A. L. de A. S. *Direito à saúde: paradigmas procedimentais e substanciais da Constituição*. São Paulo: Saraiva, 2013.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. *Boletim do Conar*, n. 220, p. 71, jan. 2020. Disponível em: <http://www.conar.org.br/pdf/conar220.pdf>. Acesso em: 24 set. 2023.

CORTES PAPO MILGRAU [OFICIAL]. Narguile faz mais mal que cigarro? | Gui - Dono da Wire Hookah. *YouTube*, 13 out. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KKBSHWMIQaE>. Acesso em: 13 jan. 2023.

DONALDSON, S. I.; DORMANESH, A.; PEREZ, C.; MAJMUNDAR, A.; ALLEM, J.-P. Association Between Exposure to Tobacco Content on Social Media and Tobacco Use: A Systematic Review and Meta-analysis. *Jama Pediatrics*, jul. 2022. Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/article-abstract/2794077>. Acesso em: 24 set. 2023.

DÛNYA HOOKAH. Na pratica! Cigarro v. Narguile. *YouTube*, 16 out. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=y2Hh5-QSPek>. Acesso em: 13 jan. 2023.

FANTÁSTICO. Cigarros eletrônicos viram moda e provocam epidemia de nicotina entre os jovens. *Globoplay*, 5 jun. 2022. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10640797/>. Acesso em: 13 jan. 2023.

FANTÁSTICO. Consumo de narguilé cresce no Brasil e especialistas alertam para riscos; jovem perdeu parte do pulmão. *Globoplay*, 11 jul. 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9678508/>. Acesso em: 13 jan. 2023.

FRIEND'S HOOKAH. Desvendando mitos - narguilé pior que cigarro? *YouTube*, 15 mar. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sqzQW7OFVYY>. Acesso em: 13 jan. 2023.

FRIZON, A. B.; TRILLO, M. L. N.; SOUSA, L. A. P. de. Cigarro eletrônico. *Revista Eletrônica Acervo Médico*, v. 20, p. e11425, 22 dez. 2022. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/medico/article/view/11425>. Acesso em: 16 jan. 2023.

GUSTIN, M. B. de S.; DIAS, M. T. F.; NICÁCIO, C. S. (Re)pensando a pesquisa jurídica: teoria e prática. 5. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Almedina, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar: análise de indicadores comparáveis dos escolares do 9º ano do ensino fundamental municípios das capitais*. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101955.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA; SECRETARIA-EXECUTIVA DA COMISSÃO NACIONAL PARA IMPLEMENTAÇÃO DA CONVENÇÃO-QUADRO PARA CONTROLE DO TABACO; CAVALCANTE, T. M. (coord.). *Convenção-Quadro para Controle do Tabaco: texto oficial*. 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: 9 set. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER. *Parece inofensivo, mas fumar narguilé é como fumar 100 cigarros*. Governo Federal, 29 ago. 2013. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/publicacoes/folhetos/parece-inofensivo-mas-fumar-narguilé-e-como-fumar-100-cigarros>. Acesso em: 13 jan. 2023.

JONAS, A. Impact of vaping on respiratory health. *BMJ*, v. 378, 18 jul. 2022. Disponível em: <https://www.bmj.com/content/378/bmj-2021-065997>. Acesso em: 14 jan. 2023.

MALTA, D. C.; GOMES, C. S.; ALVES, F. T. A.; OLIVEIRA, P. P. V. de; FREITAS, P. C. de; ANDREAZZI, M. O uso de cigarro, narguilé, cigarro eletrônico e outros indicadores do tabaco entre escolares brasileiros: dados da Pesquisa Nacional de Saúde Escola 2019. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, v. 25, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbepid/a/88wk8FjPjFd6np6MyGR84yF/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

MARTINS, S. R.; SANTOS, U. de P. Narguilé, uma forma de consumo de tabaco em ascensão. *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, v. 45, n. 5, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbneu/a/tMs4zfvC3sCg79tQCgBvsBq/?lang=pt>. Acesso em: 16 jan. 2023.

META. *Diretrizes da Comunidade*. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119>. Acesso em: 23 set. 2023.

META. *Diretrizes da Política de Ofertas*. Disponível em: [https://www.facebook.com/business/help/358970040838616?id=404748470363829&ref=search\\_new\\_0](https://www.facebook.com/business/help/358970040838616?id=404748470363829&ref=search_new_0). Acesso em: 23 set. 2023.

META. *Tabaco e produtos relacionados*. Disponível em: [https://transparency.fb.com/pt-br/policies/ad-standards/dangerous-content/tobacco/?source=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fpolicies\\_center%2Fads%2Fprohibited\\_content%2Ftobacco](https://transparency.fb.com/pt-br/policies/ad-standards/dangerous-content/tobacco/?source=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fpolicies_center%2Fads%2Fprohibited_content%2Ftobacco). Acesso em: 23 set. 2023.

NARGUILE HOUSE. Narguile pior que cigarro? *YouTube*, 14 abr. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9qNaPgp-Bj4>. Acesso em: 13 jan. 2023.

NUNES, R. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

NURCHIS, M. C.; DI PUMPO, M.; PERILLI, A.; GRECO, G.; DAMIANI, G. Nudging Interventions on Alcohol and Tobacco Consumption in Adults: a Scoping Review of the Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 20, n. 3, 2023. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/20/3/1675>. Acesso em: 30 dez. 2023.

O QUE é narguilé? *Associação Médica Brasileira*, [s.d.]. Disponível em: <https://amb.org.br/tabagismo/1-o-que-e-narguile/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

PATTEN, S. B. Vaping and mental health. *Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, v. 30, n. 1, fev. 2021. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7837520/>. Acesso em: 14 jan. 2023.

PRATITI, R.; MUKHERJEE, D. Epidemiology and adverse consequences of hookah/waterpipe use: a systematic review. *Cardiovascular & Hematological Agents in Medicinal Chemistry*, v. 17, n. 2, 2019, p. 82-93. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/ben/chamc/2019/00000017/00000002/art00004>. Acesso em: 14 jan. 2023.

PROJETO MENTE SÃ POR NATH DE ROSE. Vape faz mal? Refutando Drauzio Varella | Projeto Mente Sã. *YouTube*, 19 mar. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MsIsSBjnbCo>. Acesso em: 13 jan. 2023.

RAMIRO, T.; FERNANDEZ, R. G. O nudge na prática: algumas aplicações do paternalismo libertário às políticas públicas. *Textos de Economia*, Florianópolis, v. 20, n. 1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/economia/article/view/2175-8085.2017v20n1p1>. Acesso em: 30 dez. 2023.

SCHOLZ, J. R.; ABE, T. O. Cigarro eletrônico e doenças cardiovasculares. *Revista Brasileira de Cancerologia*, v. 65, n. 3, jul./set. 2019. Disponível em: <https://rbc.inca.gov.br/index.php/revista/article/view/542>. Acesso em: 14 jan. 2023.

SUMMIT SAÚDE & BEM-ESTAR 2022. Cigarros eletrônicos: o que são e quais são os riscos à saúde? *Estadão*, 9 dez. 2021. Disponível em: <https://summitsaude.estadao.com.br/tecnologia/cigarros-eletronicos-o-que-sao-e-quais-sao-os-riscos-a-saude/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. *Recurso Especial nº 1.113.804/RS* (2009/0043881-7). 4ª Turma. Relator Ministro Luis Felipe Salomão. Data de Julgamento: 27 abr. 2010, p. 14-17. Disponível em: [https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/102802/Julgado\\_2.pdf](https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/102802/Julgado_2.pdf). Acesso em: 29 dez. 2023.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. *ADI 3311/DF*. Relatora Ministra Rosa Weber. Data de Julgamento: 14 set. 2023, p. 76. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=15353831520&text=.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2023.

U. S. COPYRIGHT OFFICE SUMMARY. The Digital Millennium Copyright Act of 1998, dez. 1998. Disponível em: <https://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

VITAL STRATEGIES BRASIL *et al.* *Inquérito Telefônico de Fatores de Risco para Doenças Crônicas em Tempos de Pandemia – Covitel*: relatório final. São Paulo: Vital Strategies, 2022. Disponível em: <https://www.vitalstrategies.org/wp-content/uploads/Covitel-Inque%CC%81rito-Telefo%CC%82nico-de-Fatores-de-Risco-para-Doenc%CC%A7as-Cro%CC%82nicas-na%CC%83o-Transmissi%CC%81veis-em-Tempos-de-Pandemia.pdf>. Acesso em: 9 set. 2023.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO report on the global tobacco epidemic, 2023: protect people from tobacco smoke. *World Health Organization*, [s.l.] , p. xv, 2023. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240077164>. Acesso em: 30 dez. 2023.

Submissão em: 06.11.2023

Avaliado em: 11.01.2024 (Avaliador A)

Avaliado em: 23.04.2024 (Avaliador B)

Aceito em: 23.04.2024