

Avaliação da conformidade com as proibições de Publicidade, Promoção e Patrocínio do Tabaco (PPPT):

Um guia com "dicas práticas" sobre observação da internet, eventos patrocinados e responsabilidade social corporativa



JOHNS HOPKINS
BLOOMBERG SCHOOL
of PUBLIC HEALTH



International Union
Against Tuberculosis
and Lung Disease

Índice

Como usar este guia	1
Introdução	2
ETAPA 1: Determine sua jurisdição de interesse e conheça as proibições e regulamentações sobre PPPT	3
ETAPA 2: Reconheça a Publicidade, Promoção e Patrocínio do Tabaco	7
ETAPA 3: Defina a finalidade da sua avaliação da conformidade	9
ETAPA 4: Garanta os recursos necessários	10
ETAPA 5: Selecione suas amostras e torne claro o escopo da sua avaliação da conformidade	12
ETAPA 6: Planeje e defina um cronograma para sua avaliação da conformidade	15
ETAPA 7: Adapte procedimentos e a lista de verificação de observação	16
ETAPA 8: Realize sessão de treinamento	20
ETAPA 9: Colete seus dados	21
ETAPA 10: Analise os resultados da sua avaliação da conformidade	22
ETAPA 11: Use os resultados	23
Referências	24
ANEXO A: Glossário de termos	25
ANEXO B: Cronograma da avaliação da amostra	27
ANEXO C: Lista de planejamento da avaliação	28
ANEXO D: Orientação sobre adaptação dos processos	32
ANEXO E: Exemplos de termos de pesquisa	34
ANEXO F: Amostra de Lista de verificação de observação	35
ANEXO G: Amostra de Lista de verificação de observação detalhada	36
Colaboradores	37

Como usar este guia

1. Leia o guia completo, do início ao fim, antes de iniciar qualquer uma das ETAPAS (incluindo pesquisa preparatória e atividades de planejamento).
2. Certifique-se de que compreendeu todos os termos utilizados no guia antes de planejar sua avaliação. Consulte o Glossário de termos (Anexo A) para mais esclarecimentos.
3. Este guia oferece instruções gerais que são projetadas para serem especificamente adaptadas às avaliações individuais com base na legislação e nas tendências de PPPT na jurisdição de interesse. Certifique-se de que compreendeu completamente as leis locais e o contexto de PPPT e mantenha esses fatores em mente durante todo o planejamento e processo de implementação do projeto. As avaliações estratégicas são especificamente adaptadas para refletir as prioridades da jurisdição de interesse, de modo que os resultados sejam úteis para apoiar esforços de mobilização e uma política eficaz de controle do tabaco.
4. Comece pela ETAPA 1, usando um cronograma de projeto e uma lista de planejamento da avaliação para orientar sua avaliação (exemplos fornecidos nos Anexos B e C). Pode ser necessário retomar ETAPAS anteriores à medida em que decisões forem tomadas ou novas informações forem recebidas durante o processo de planejamento. Isso não é problema e ajudará a aprimorar seu protocolo e sua estratégia de avaliação.
5. Defina limites adequados para a avaliação com base nas prioridades de PPPT em sua jurisdição de interesse e na capacidade de sua organização. A internet oferece fácil acesso a uma ampla variedade de informações, o que pode transformar a coleta de dados em uma bola de neve. Este guia foi projetado para ser adaptado e oferece várias opções de ajuste ao escopo da sua avaliação. Você pode selecionar uma abordagem da avaliação básica ou detalhada; determinar o tamanho da amostra da sua empresa/marca, subcanais da internet, termos de pesquisa e itens a serem incluídos na lista de verificação de observação. Cada uma dessas decisões pode afetar o tempo e o trabalho necessários durante o processo de planejamento, de treinamento de coletores de dados, da coleta de dados e da análise dos resultados. Leve os objetivos de sua avaliação e a capacidade organizacional em consideração ao determinar o escopo de seu projeto.

Introdução

A indústria do tabaco recorre à publicidade, promoção e patrocínio do tabaco - PPPT (TAPS, sigla em inglês) para aumentar o consumo dos seus produtos. As atividades de PPPT aumentam o consumo do tabaco entre os usuários atuais, atraem novos consumidores e incentivam antigos fumantes a voltar ao tabagismo. A indústria do tabaco emprega táticas desonestas, enganosas e predatórias para fazer com que o tabagismo pareça ser glamoroso e socialmente aceito, enquanto minimiza a importância dos efeitos nocivos dos produtos à saúde.

Proibições abrangentes às atividades de PPPT têm demonstrado eficiência na redução do tabagismo. As proibições parciais têm efeito significativamente reduzido porque a indústria do tabaco reage movendo suas atividades de marketing para áreas onde não haja proibições. A Organização Mundial da Saúde (OMS) solicita que as Partes implementem integralmente as medidas e os protocolos de controle do tabagismo delineadas na Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT). O Artigo 13 da CQCT aborda as proibições e restrições sobre a publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, que abrangem um conjunto de atividades implementadas através de muitos canais e requerem métodos de avaliação diferentes. Por esse motivo, a orientação sobre a avaliação da conformidade com as proibições de PPPT fornecida pela Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health (JHSPH), pela Campaign for Tobacco-Free Kids (CTFK) e pela International Union Against Tuberculosis and Lung Disease (União) será composta por uma série de guias que se concentrará em uma reduzida gama de disposições que tipicamente fazem parte de uma proibição abrangente de PPPT.

Este guia em particular trata da avaliação da conformidade das atividades de PPPT que ocorrem na internet, em eventos patrocinados e em programas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Embora os eventos e programas de RSC patrocinados pela indústria e/ou marca ocorram off-line, estas atividades são muitas vezes promovidas na internet, e a coleta destes dados é facilmente incorporada em um protocolo para avaliar as atividades de PPPT na internet. Estas três áreas foram selecionadas com base em sua utilização como componentes de campanhas de marketing integradas e de maior dimensão que conectam as atividades promocionais de tabaco, em vários meios, com

o uso de estratégias novas e inovadoras para alcançar clientes existentes e potenciais.

A indústria do tabaco tem expandido as atividades de PPPT em canais da internet, que abrangem um panorama em rápida evolução. A internet existe dentro de uma próspera rede global de comunicações que conta com acesso universal e oferece oportunidades sem precedentes de interação com grandes grupos de pessoas, tendo como alvo as mensagens e a coleta de dados a custos muito baixos. As habilidades de comunicação da internet podem transcender as fronteiras físicas tradicionais de jurisdições e sua legislação atual, se existirem (p. ex.: se uma violação PPPT observada em um país foi feita por uma empresa sediada em um outro país, como a lei pode ser aplicada?).

O marketing integrado utiliza campanhas e estratégias criativas (como publicidade direcionada, relações públicas, promoção de produtos e mídia de rede social) que são selecionadas e implementadas para alcançar objetivos específicos da marca. A conexão desses elementos de marketing produz um impacto maior e oferece aos clientes uma voz e uma aparência de marca consistentes. Em 2013, a Camel lançou uma campanha integrada para promover o 100º aniversário de sua marca. As atividades promocionais duraram muitos meses e englobaram elementos como "Apostas com premiação imediata", elaborados mostruários em lojas, embalagem especializada e mensagens promocionais em todos os canais disponíveis. A campanha culminou em uma festa patrocinada pela Camel na Holanda. 900 pessoas foram convidadas a desfrutar da "Experiência Camel" em um evento patrocinado que contou com gastronomia sofisticada, música ao vivo, arte e esculturas inspiradas pela marca Camel e um show de raios laser. Cenas deste evento foram promovidas em redes de mídia social, como o YouTube.

Este guia fornece um protocolo que pode ser dimensionado para uma abordagem da avaliação básica, com a opção de inclusão de observações detalhadas adicionais, e que foi projetado para ser adaptado à área geográfica, à cultura e ao contexto legislativo da jurisdição de interesse. Os estudos da avaliação da conformidade, como os descritos neste guia, também podem ser empregados na identificação de lacunas existentes na legislação em vigor, a fim de fortalecer as proibições das atividades de PPPT.

ETAPA 1: Determine sua jurisdição de interesse e conheça as proibições e regulamentações sobre PPPT

Para avaliar o cumprimento das proibições existentes quanto a publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, primeiramente será necessário determinar a sua jurisdição de interesse e, em seguida, identificar a legislação mais atual nessa área.

Jurisdição de interesse

A jurisdição de interesse determinará o escopo geográfico da sua avaliação da conformidade de PPPT. Considere o nível político (jurisdições nacionais ou subnacionais) que você busca influenciar e as partes que serão capazes de agir (órgãos de fiscalização, legisladores, partes responsáveis). Uma questão-chave a ser respondida é a forma como os resultados da sua avaliação da conformidade serão usados (que é abordada na ETAPA 3). Consulte a Figura 1 para mais informações sobre a identificação de partes responsáveis.

A legislação de controle do tabaco varia muito entre países e subnacionalidades. O artigo 13 da CQCT exige que as Partes recomendem uma proibição total de todas as formas de publicidade do tabaco em todos os meios, de todas as atividades de promoção do tabaco, diretas e indiretas, e de patrocínio. Nas áreas onde os órgãos regulamentares das Partes não têm autoridade para impor proibições de PPPT abrangentes, espera-se que as Partes promulguem uma legislação o mais rígida possível.

A publicidade e promoção do tabaco inclui qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação com o objetivo, influência ou provável influência na promoção direta ou indireta, de um produto de tabaco ou uso de tabaco. Patrocínio é definido como qualquer forma de contribuição para qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, influência ou provável influência na promoção direta ou indireta do tabaco.¹ Essas definições incluem tecnologias em desenvolvimento, como a internet e a mídia de redes sociais, onde os usuários costumam ser mais jovens.

Ao avaliar as atividades de PPPT e a conformidade com as regulamentações, deve-se ter em mente as deficiências da legislação em vigor. Definições e proibições mal formuladas e não abrangentes podem causar um aumento de produtos, de publicidade e de promoção que não estão proibidos. A

legislação sobre PPPT pode conter lacunas que são exploradas pela indústria do tabaco e essas áreas devem ser incorporadas à lista de verificação da observação.

Um conhecimento profundo da lei é útil para a identificação e documentação dessas lacunas durante a avaliação da conformidade. Deve-se também considerar as leis entre os setores além do controle do tabaco (finanças e comércio, mídia e publicidade, regulamentação de conteúdos da internet). As restrições nacionais e subnacionais sobre as atividades de PPPT devem ser levadas em consideração ao se planejar uma avaliação da conformidade.

Venda de tabaco na internet

O Artigo 13 da CQCT explica que a venda de tabaco na internet envolve inerentemente publicidade e promoção devendo, portanto, ser proibida por completo. Esta proibição deve se aplicar não apenas às empresas de tabaco, mas também às outras partes responsáveis, como varejistas, distribuidoras e importadoras. Outras entidades, como empresas de cartão de crédito, de serviços postais ou de entrega, também devem ser incluídas na legislação. Se as jurisdições não proibiram a venda de tabaco pela internet, o Artigo 13 estipula que as leis devem restringir o acesso a esses serviços de acordo com a idade e a localização e exigir que os varejistas exponham os produtos de forma simples, sem destacar a embalagem ou preços promocionais.

Publicidade e promoção do tabaco na internet

A legislação abordando a regulamentação de conteúdos da internet, incluindo os temas relevantes para o controle do tabaco, é relativamente nova e é uma área em desenvolvimento. As questões que envolvem a jurisdição e tecnologia sofisticada muitas vezes restringem a capacidade de um órgão de fiscalização de monitorar a atividade na internet, fazendo com que várias regulamentações para a internet não sejam aplicadas ou sejam fáceis de contornar. A internet serve como um poderoso meio através do qual a indústria do tabaco pode interagir com um público grande, diversificado e segmentado para promover seus produtos e realizar pesquisas de mercado. Este ponto reforça ainda mais o argumento em favor de uma legislação abrangente em vez de proibições parciais.

As diretrizes para a implementação do Artigo 13 tratam das obrigações de todas as "partes responsáveis" envolvidas na produção, colocação ou disseminação de atividades de PPPT. Compreender as funções e obrigações destas partes responsáveis e a presença delas em sua jurisdição de interesse o ajudará a definir o objetivo e o escopo da sua avaliação da conformidade e a planejar estrategicamente seus esforços de mobilização.

As diretrizes para o Artigo 13 recomendam que as "partes responsáveis" sejam responsabilizadas com base em seu papel na divulgação e na capacidade de controlar a presença de conteúdo de PPPT. Este guia oferece uma estrutura condensada para identificar as partes responsáveis por atividades de PPPT na internet, com base nas entidades identificadas nas diretrizes do Artigo 13 (consulte a Figura 1, abaixo).

Figura 1. Partes responsáveis por PPPT na internet

Papel na disseminação de PPPT	Parte responsável	Recomendação do Artigo 13 da CQCT
Principal: Produtoras ou editoras que criam ou selecionam conteúdo antes de disponibilizá-lo para usuários da internet	<ul style="list-style-type: none"> • Indústria do tabaco (empresas e marcas) • Agências de publicidade* • Produtoras de mídia ou jogos • Sites da internet de jornais e emissoras 	Devem ser proibidos de produzir ou publicar conteúdo de PPPT.
Alternativo: Editoras, hosts, navegadores e provedores de acesso que facilitam ou viabilizam a disseminação de conteúdo de PPPT. Devem ser proibidos de produzir ou publicar conteúdo de PPPT.	<ul style="list-style-type: none"> • Redes de mídia social • Agências de propaganda * • Outros prestadores de serviço de internet (navegadores, mecanismos de busca, portais da web) 	Devem ter a <i>obrigação de remover ou desativar o acesso à PPPT após terem tomado conhecimento do conteúdo.</i>

*Agências de publicidade podem agir como as principais responsáveis pela criação e desenvolvimento de atividades e mídia de PPPT; também podem servir como responsáveis alternativas pela hospedagem, publicação e direcionamento da difusão de atividades e mídia de PPPT; ou podem desempenhar as duas funções.

Como usar esta tabela

- Analise esta tabela para compreender as várias partes envolvidas na produção e disseminação de materiais de PPPT na internet. (Muitos destes materiais promovem eventos patrocinados e programas de RSC, bem como marcas e produtos).
- Considere as partes responsáveis mais ativas em sua jurisdição de interesse. Consulte estas partes posteriormente no processo de planejamento, quando estiver selecionando suas amostras (empresas e marcas de tabaco, subcanais da internet, termos de pesquisa) e itens de observação a serem incluídos no processo de coleta de dados.
- Se o governo na sua jurisdição de interesse não tiver a capacidade ou tecnologia para fazer cumprir a lei e fiscalizar o seu cumprimento, consulte as partes responsáveis que são mais proeminentes ou ativas na internet em sua jurisdição de interesse enquanto define a sua estratégia de mobilização, identificando aquelas que aparentam ser mais acessíveis ou capazes de responder aos resultados da avaliação.
- Em alguns casos, você pode não ser capaz de identificar as diferentes partes responsáveis até a coleta de dados ser concluída. A parte responsável pode estar aparente a partir do exemplo de PPPT observado ou pode ser necessário realizar uma pesquisa de acompanhamento para identificar tais partes (p. ex.: documentos disponíveis da indústria do tabaco).

De acordo com as diretrizes do Artigo 13, a responsabilidade principal deve recair sobre quem iniciou as atividades de PPPT (e essas partes muitas vezes estão sob a jurisdição dos órgãos de fiscalização para controle do tabaco, finanças e comércio, mídia e publicidade ou regulamentação de conteúdos da internet). A responsabilidade alternativa deve recair sobre editores, hosts, navegadores e fornecedores de acesso que facilitam ou viabilizam a disseminação de conteúdo de PPPT. O Artigo 13 sugere que as partes responsáveis alternativas devem ter a obrigação de remover ou desativar o acesso à mídia ou às atividades de PPPT após terem tomado conhecimento do conteúdo.

As partes responsáveis alternativas são, em sua maioria, entidades corporativas que podem estar mais dispostas e serem tecnologicamente capazes de remover ou desativar um conteúdo restrito do que os órgãos de fiscalização existentes. Elas tendem a cumprir as leis locais, não têm interesse particular na publicidade do tabaco e são capazes de monitorar e controlar seus próprios canais. Em alguns casos, essas partes podem adotar proibições de PPPT que sejam mais restritivas ou abrangentes do que a legislação em vigor em sua jurisdição de interesse. Dependendo do papel da parte alternativa e de sua reputação na jurisdição de interesse, tais entidades devem ser consideradas durante a seleção dos subcanais da internet a serem incluídos na coleta de dados, divulgação dos resultados e direcionamento de esforços de mobilização. Este guia recomenda a concentração de esforços em partes alternativas que são mais capazes ou propensas a reagir aos resultados da sua avaliação, tais como sites de jornais, emissoras de rádio e TV, mídia de redes sociais e os principais canais (como o Google), que valorizam sua reputação pública e tendem a cumprir a lei. Isto pode ser uma estratégia de mobilização útil em jurisdições com leis fracas ou com órgãos de fiscalização ineficazes.

Eventos patrocinados

O Artigo 13 da CQCT exige explicitamente a proibição ou restrição do patrocínio de eventos e atividades pela indústria do tabaco, quer o patrocínio seja divulgado ou não. Isto inclui o patrocínio que serve para promover as empresas, marcas e produtos de tabaco. Semelhante às diretrizes para as partes responsáveis na internet, as diretrizes para o Artigo 13 recomendam que todas as entidades envolvidas sejam responsabilizadas (também com base em sua atuação no lançamento, facilitação ou viabilização do evento). Isto pode incluir os organizadores do evento, proprietários de locais, atletas e outras

celebridades (além da indústria do tabaco).

Responsabilidade Social Corporativa

RSC é uma forma específica de patrocínio usada para promover a imagem pública das empresas e marcas de tabaco através de programas de bem-estar social da comunidade. As diretrizes do Artigo 13 explicam que "as contribuições das empresas de tabaco a qualquer entidade para 'causas socialmente responsáveis' ou publicidade dada a práticas empresariais 'socialmente responsáveis' também devem ser proibidas, uma vez que tais atividades constituem publicidade e promoção e servem para promover um produto de tabaco ou o uso do tabaco, direta ou indiretamente, sob o pretexto do bem-estar social da comunidade."¹ A legislação em sua jurisdição de interesse pode ou não proibir atividades de RSC ou a publicidade de atividades de RSC.

Há recursos disponíveis para ajudá-lo a identificar a legislação mais recente em sua jurisdição de interesse. A maioria dos órgãos públicos disponibiliza a legislação para consulta e esta pode estar disponível on-line. Outras organizações não governamentais também disponibilizam recursos, como o banco de dados de Leis de Controle do Tabaco (Tobacco Control Laws) criado pela Campanha para Crianças Livres do Tabaco (Campaign for Tobacco-Free Kids) (www.tobaccocontrolaws.org).

Conheça as proibições de PPPT

- Lembre-se de consultar várias fontes para conhecer as proibições e regulamentações de PPPT em sua jurisdição de interesse, incluindo o controle do tabaco, finanças e comércio, mídia e publicidade e/ou regulamentação de conteúdo da internet).
- Lembre-se de analisar as políticas de uso individuais entre subcanais da internet (como Google, Twitter) que podem oferecer proibições de PPPT que são mais restritivas do que a legislação local.
- Lembre-se de incluir táticas de promoção de tabaco que podem ocorrer na internet ou em eventos patrocinados, como o fornecimento de cupons, competições, brindes ou amostras grátis, marketing de marca e publicidade direta.

ESTUDO DE CASO: A eficácia de acordos do governo estadual ou federal com grandes empresas de cartão de crédito e transportadoras para bloquear a venda ilegal de cigarros na internet²

Este estudo visitou os sites na internet de fornecedores de cigarro, entre 2003 e 2007, para avaliar as condições do negócio e monitorar suas práticas de vendas. Os fornecedores foram avaliados quanto à conformidade com acordos voluntários entre grandes empresas de cartão de crédito e transportadoras privadas, em vigor em 2005 e que proíbem o pagamento e o envio de todas as vendas de cigarros pela internet. O estudo descobriu que a proporção de fornecedores que aceitam as opções de pagamento proibidas caiu de 99,2 % para 37,4 % após a proibição. A proporção de fornecedores que aceitam opções de envio proibidas caiu de 32,2 % para 5,6 %. Houve também um aumento de fornecedores que oferecem opções de pagamento ou envio não proibidas (como cheque pessoal e os correios dos EUA). Os autores concluíram que essas proibições ofereceram uma abordagem promissora para regulamentar a venda de cigarros. O aumento observado na aceitação de opções não proibidas de pagamento e envio também demonstra a importância da promulgação de uma legislação abrangente que previna a exploração de tais lacunas.



Ponto de ação

Aprenda a legislação da sua jurisdição de interesse e a compare com as recomendações do Artigo 13 e quaisquer outras restrições relevantes de atividades de PPPT. Esteja ciente das partes responsáveis e possíveis brechas na lei.

ETAPA 2: Reconheça a Publicidade, Promoção e Patrocínio do Tabaco

Para saber como avaliar a conformidade com as proibições relacionadas à publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, você precisa entender e ser capaz de reconhecer os muitos tipos de atividades e canais de PPPT que estão disponíveis em sua jurisdição de interesse. Este guia concentra-se na Publicidade, Promoção e Patrocínio do Tabaco através da internet, eventos patrocinados e programas de RSC. Como discutido na introdução do guia, campanhas inovadoras empregam múltiplos canais e atividades de PPPT para implementar uma estratégia de marketing integrativo. Um coletor de dados pode observar um conteúdo em uma rede de mídia social sobre um evento relacionado à RSC que é patrocinado por uma empresa/marca de tabaco, o que seria um exemplo de todas as três áreas abordadas neste guia. Os coletores de dados devem ser treinados para reconhecer essas atividades de PPPT e estar de alguma forma familiarizados com as tendências e regulamentações de PPPT em sua jurisdição de interesse. Estas tendências nas atividades de PPPT também devem ser consideradas ao se definir o objetivo da sua avaliação, selecionar suas amostras e adaptar seus procedimentos e lista de verificação de observação. As regulamentações e as proibições existentes sobre as atividades de PPPT variam muito de uma região para a outra e, por isso, sua avaliação da conformidade deve ser moldada especificamente para corresponder à legislação ou às regulamentações nacionais ou subnacionais apropriadas.

PPPT na internet

Além da venda de tabaco ou de produtos relacionados ao tabaco em sites de varejo, as atividades de PPPT na internet empregam táticas tradicionais da indústria (como a publicidade para a juventude) que são reforçadas por tecnologias inovadoras que fornecem a capacidade de alcançar muitas pessoas e direcionar anúncios a baixo custo.

Sites da indústria do tabaco (que promovem empresas, marcas ou produtos) costumam ser produzidos de forma elaborada e são funcionalmente robustos. As atividades de PPPT também são divulgadas através de redes de mídia social, notícias, sites de varejo/entretenimento e resultados de pesquisa na internet. O acesso a estes exemplos pode estar disponível para o público em geral, ou o conteúdo pode ser restrito e requerer cadastro e verificação de idade, residência ou status de fumante.

Algumas atividades de PPPT podem ser mais desafiadoras para serem localizadas e avaliadas na internet, tais como comunicações em blogues, comunidades, fóruns ou salas de bate-papo. Esses canais (normalmente disponíveis através de portais na web) costumam permitir que o conteúdo seja publicado de forma anônima e podem ser explorados por grupos defensores da indústria, que são difíceis de identificar.

Táticas de promoção do tabaco

- Distribuição gratuita de tabaco e produtos relacionados (recebidos pelo correio ou em eventos patrocinados e de RSC)
- Disponibilização de competições e descontos ou cupons promocionais (por via eletrônica ou mala direta)
- Expansão da marca, disponibilização de brindes (recebidos pelo correio ou em eventos patrocinados e de RSC)
- Divulgação em produtos de entretenimento audiovisual (TV ou filme/cinema), incluindo na internet

Eventos patrocinados

Eventos patrocinados são um meio para a indústria do tabaco promover sua empresa ou marca e normalizar o uso do tabaco entre a população em geral. Eventos patrocinados incluem (mas não estão limitados a) eventos esportivos, eventos culturais, shows musicais, outros eventos especiais/de entretenimento e festivais, férias e retiros. O patrocínio de um evento também pode ocorrer em menor escala e em intervalos regulares, como embaixadores do tabagismo que promovem empresas ou marcas em bares, boates, estabelecimentos temporários, lojas de varejo ou outros locais públicos. Estes eventos são uma oportunidade para representar a empresa ou marca, interagir pessoalmente com os clientes, coletar informações dos clientes e criar uma associação com tendências populares ou celebridades. Eventos exigem marketing e promoção que são provavelmente divulgados na internet, sobretudo em sites de marcas de tabaco e mídia de redes sociais.

Responsabilidade Social Corporativa

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) presta apoio a instituições de caridade/filantropias, projetos comunitários, interesses em saúde pública, programas antitabagismo entre jovens, assistência em casos de desastres/crise, pesquisa e programas ambientais/agrícolas. A indústria do tabaco usa a RSC para promover uma imagem pública positiva, realizar pesquisas de mercado sobre fumantes atuais ou potenciais e persuadir os beneficiários de seu apoio para favorecer sua empresa ou marca. A RSC também é usada para ganhar aceitação entre políticos e outros legisladores como "cidadãos corporativos responsáveis". O objetivo da RSC é aumentar a percepção do público da empresa ou marca.

ESTUDO DE CASO: Vendas e promoção do tabaco em bares, cafés e casas noturnas de grandes cidades ao redor do mundo³

Este estudo realizou pesquisas entre os proprietários de 231 estabelecimentos em mais de 20 países da África, das Américas, Ásia e Europa Oriental para avaliar a presença de atividades de PPPT em bares, cafés e casas noturnas. Os dados foram coletados sobre uma ampla gama de atividades de PPPT, incluindo os tipos de promoções que as empresas de tabaco oferecem aos estabelecimentos. Em Moscou (Rússia), 20% dos proprietários (ou gerentes) de estabelecimentos relatou a oferta de patrocínio de eventos e cigarros gratuitos para seus negócios. Em Jacarta (Indonésia), a oferta de financiamento e patrocínio de eventos foi relatada por 20% dos proprietários ou gerentes de estabelecimentos. Na Ucrânia, os pesquisadores descobriram que as empresas de tabaco ofereciam eventos patrocinados, cigarros gratuitos e financiamento a 67% para os proprietários/gerentes de estabelecimentos que responderam à pesquisa. Estes são exemplos de jurisdições com leis fracas ou não definidas abordando o patrocínio da indústria do tabaco (e PPPT em geral). Estes resultados demonstram a necessidade de proibições abrangentes de PPPT que devem incluir estabelecimentos de entretenimento e hospitalidade em suas disposições.



Ponto de ação

Familiarize-se com as atividades e tendências de PPPT em sua jurisdição de interesse ao falar com especialistas locais e sua população de interesse, e realize uma pesquisa informal na internet para analisar exemplos. Esteja ciente de quaisquer táticas novas ou inovadoras da indústria.

ETAPA 3: Defina a finalidade da sua avaliação da conformidade

As avaliações de conformidade só devem ser realizadas se tiverem uma finalidade estratégica. O objetivo de uma avaliação deve refletir a legislação local, as partes responsáveis (ambas identificadas na ETAPA 1) e as tendências atuais em atividades de PPPT (identificadas na ETAPA 2). Pense no motivo que o leva a querer conduzir uma avaliação da conformidade e como pretende utilizar os resultados. Esclarecer o uso pretendido dos resultados é útil para se concentrar no delineamento da avaliação, determinar os dados a serem coletados e analisados e determinar como reportar e disseminar os resultados.

O objetivo mais comum de uma avaliação da conformidade envolvendo PPPT na internet, em eventos patrocinados e através de programas de RSC **é o de fornecer evidências para demonstrar os motivos pelos quais brechas ou deficiências na lei devem ser abordadas** (ou seja, para fortalecer a lei). Como discutido na ETAPA 1, a regulamentação de PPPT na internet pode implicar apenas em proibições parciais ou a legislação pode sequer existir. O objetivo deste tipo de avaliação é o de fornecer exemplos de como a internet está sendo usada como uma ferramenta para atividades de PPPT (incluindo eventos patrocinados e programas de RSC) que serão úteis para advogados e legisladores. Outras finalidades comuns de uma avaliação da conformidade são:

Demonstrar violações da lei: As avaliações podem ser usadas para informar o governo sobre a necessidade de reforçar a fiscalização e para onde canalizar os recursos. As baixas taxas de conformidade podem ser usadas para estimular a fiscalização ativa pelas partes responsáveis que estão envolvidas na produção, colocação

ou divulgação de atividades de PPPT (consulte a Etapa 1, Figura 1). Os resultados também podem identificar lacunas no planejamento da implementação e indicar os tipos de atividades de PPPT que exigem uma intervenção melhor direcionada.

Demonstrar conformidade com a lei: Um argumento comum da indústria do tabaco após uma lei rígida sobre a PPPT entrar em vigor é que a lei é amplamente ignorada. Essas alegações são normalmente falsas ou exageradas e uma avaliação da conformidade pode mostrar que a conformidade com a lei é elevada, contradizendo as alegações da indústria de que a lei não está funcionando.

Avaliar o progresso: Avaliações periódicas da conformidade podem ser empregadas na avaliação do progresso através da documentação das mudanças da conformidade ao longo do tempo. Essas mudanças podem ocorrer devido a novas tendências e estratégias de marketing da indústria de tabaco, o estabelecimento de uma nova legislação ou o aumento dos esforços de fiscalização.

Instruir o público e a sociedade civil: As avaliações podem ser empregadas para instruir o público em geral e a sociedade civil sobre a existência das restrições de PPPT e a situação da conformidade.



Ponto de ação

Defina as metas e prioridades da avaliação da conformidade e identifique o público-alvo para divulgação de resultados e direcionamento dos esforços de mobilização.

ETAPA 4: Garanta os recursos necessários

Faz parte integral do seu planejamento da avaliação da conformidade saber de quais recursos você dispõe e quais precisa obter. Crie um plano realista e viável. Os recursos-chave para uma avaliação incluem recursos humanos, financiamento (incluindo quaisquer custos associados à participação em eventos patrocinados ou relacionados à RSC) e recursos tecnológicos.

Recursos humanos

Há uma série de tarefas associadas à elaboração de uma avaliação da conformidade, algumas das quais requerem conhecimentos técnicos. Parcerias com grupos técnicos, como uma universidade local ou um grupo de pesquisas e com grupos que trabalham com políticas ou na defesa dos direitos podem reunir eficazmente as várias habilidades necessárias. Ao convocar pessoas para o desempenho das várias tarefas, é preciso identificar o seguinte:

Um coordenador do projeto será responsável por garantir que todas as tarefas ocorrem de acordo com o cronograma e com o protocolo estabelecido para a avaliação (incluindo a definição de parcerias estratégicas e a coordenação da divulgação dos resultados). O coordenador garante que os coletores de dados tenham todos os materiais, tecnologia e treinamento necessários antes de coletar dados e atua como um "ponto de contato" caso eles tenham alguma dificuldade durante a avaliação. O coordenador também pode ser responsável pelo recebimento, armazenamento, organização e gerenciamento de dados que são enviados para análise pelos coletores de dados. Avaliações de conformidade com amplo escopo podem requerer o armazenamento de uma grande quantidade de dados e o gerenciamento de imagens e/ou observações à medida em que forem recebidas vai ajudar a agilizar o processo de análise de dados.

Coletores de dados podem ser trabalhadores pagos, mas voluntários também podem ser recrutados para conduzir as observações. Em ambos os casos, precisam ser bem treinados para reconhecer atividades relevantes de PPPT, implementar os procedimentos de coleta de dados e saber como enviar os exemplos e observações coletados para a equipe do estudo. Também seria útil se os coletores de dados estiverem de alguma forma familiarizados com a legislação local e o objetivo global da avaliação. O recrutamento de voluntários para a realização do procedimento de coleta de dados pode oferecer mais liberdade para coletar dados restritos (que requerem inscrição ou verificação de identidade para acessar conteúdo restrito) ou realizar uma avaliação detalhada (p. ex.: participando de eventos e se inscrevendo para receber ofertas e atualizações, etc). Se alguns dos coletores de dados forem fumantes, poderão acessar conteúdo que exige que os usuários relatem suas preferências tabagísticas e podem estar mais propensos a notar as atividades de PPPT direcionadas diretamente a fumantes conhecidos. Pedir que a equipe do projeto realize o procedimento de coleta de dados oferece a vantagem de contar com profissionais experientes no controle do tabaco para identificar e avaliar exemplos de PPPT (que podem ser complexos ou parte de uma campanha integrada). No entanto, isso pode exigir uma quantidade significativa de tempo da equipe com base no escopo da sua avaliação e de seus recursos disponíveis.

Especialistas técnicos podem ser consultados para ajudar a identificar as empresas e marcas de tabaco prioritárias, selecionar sua amostra (subcanais da internet, termos de pesquisa), adaptar os procedimentos de coleta de dados e da lista de verificação de observação e/ou ajudar na análise de dados e elaboração de relatórios (conforme necessário).

Recursos Financeiros

A avaliação da conformidade não precisa ser muito cara para ser realizada, o custo é geralmente determinado pelo escopo da avaliação, o tempo necessário para coletar todos os dados necessários e se os coletores de dados serão ou não pagos ou compensados por seu tempo. Uma universidade local pode ser uma excelente fonte de voluntários com conhecimento técnico, pois pode fazer parte dos requisitos acadêmicos de graduação que os alunos façam trabalho voluntário e eles provavelmente são proficientes e estão familiarizados com tecnologias atuais. Uma avaliação da conformidade que inclui a observação de eventos patrocinados ou relacionados a RSC pode exigir recursos financeiros adicionais para quaisquer custos associados à participação (p. ex.: ingresso ou custo de admissão). Você também deve incluir todos os custos associados à promoção e divulgação dos resultados da avaliação no orçamento previsto.

Recursos tecnológicos

O procedimento de varredura na web descrito neste manual requer acesso à internet e computadores para a coleta, armazenamento e análise de dados. Se esses dispositivos, acesso à internet e software ainda não estiverem disponíveis para a equipe do projeto, o coordenador do projeto deve providenciá-los para que tais recursos sejam disponibilizados antes da coleta de dados.



Ponto de ação

Desenvolva um orçamento e aloque recursos para as necessidades da sua avaliação da conformidade.

ETAPA 5: Selecione suas amostras e torne claro o escopo da sua avaliação da conformidade

A legislação e as atividades de PPPT variam muito entre regiões e países. O escopo da sua avaliação da conformidade terá importantes implicações no cronograma, na estratégia de amostragem e nos procedimentos necessários para a coleta e análise de dados. Além da sua finalidade e dos recursos disponíveis, o escopo também é definido pela jurisdição de interesse e pelas informações adicionais que você queira coletar. Consulte os resultados das ETAPAS 1, 2 e 3 da avaliação da conformidade ao selecionar sua amostra e esclareça o escopo do seu projeto.

Seleção da amostra

Empresas e marcas de tabaco: você precisará selecionar um subconjunto ou amostra de empresas e marcas de tabaco para incluir na sua avaliação da conformidade. A coleta de dados de uma amostra intencional (das marcas mais populares ou ativas) ou uma amostra de conveniência (com base na disponibilidade ou facilidade de acesso a dados) em sua jurisdição de interesse é uma maneira prática de avaliar a

conformidade e fornecer exemplos ilustrativos que violem a lei ou explorem deficiências na regulamentação. Uma avaliação que conta com uma amostra diversa de marcas ou produtos de tabaco produz os dados mais úteis para avaliação da conformidade e identificação de brechas na legislação. Este guia recomenda a inclusão de, no mínimo, 9 a 10 marcas de tabaco em sua avaliação. Estas marcas devem incluir cigarros e outros produtos de tabaco (dependendo do seu contexto local). Primeiro, você deve identificar entre 3 a 5 das principais empresas de tabaco que são ativas em sua jurisdição de interesse e selecionar entre 2 a 3 marcas de cada uma dessas empresas para incluir na amostra. Certifique-se de que levou em consideração empresas e/ou marcas transnacionais e nacionais ao selecionar sua amostra. Uma avaliação que demonstra atividades ou violações de PPPT por algumas empresas pode ser suficiente para motivar legisladores ou partes responsáveis a agir.

Anúncio na internet, Indonésia 2011⁴

- Concerto patrocinado pela Djarum
- Rede de mídia social (acesso com o Facebook ou Twitter para compra de ingressos, uso da hashtag #FESTIVESOUND para fins de marketing)
- Mídia interativa ("Back to Quiz")

LA LIGHTS INDIEFEST

Festive Sound

DARE TO ENJOY GREAT MUSIC?

LIVE TWEET: Di antara 3000 stasiun ada penggemarnya siapa doc marden/docmart? Pembuatannya adalah dokter ui tentara Jerman dera.

EXPERIENCE CREATIVE MUSIC

See Details!!

SPIN DOCTORS

IT'S ABOUT CROWD
MUSIK ASIK PERLU SUASANA ASIK
BANYAK BANGET KEGIATAN SERU
& SHOWCASE KREATIF
DI EVENT #FESTIVESOUND

#FESTIVESOUND NOW ONLY 150.000 IDR

LA LIGHTS INDIEFEST KONFIRMASI PEMBAYARAN SYARAT & KETENTUAN BACK TO QUIZ

Until July, 8th 2011

150 8th

HARI INI TERAKHIR S/D JAM 2 PM
BELI 4 TIKET GRATIS 1 TIKET
(BERLAKU KELIPATAN)

Subcanais da internet: Depois de selecionar uma amostra de empresas e marcas de tabaco, será preciso selecionar uma amostra de subcanais da internet (como páginas da web e redes de mídia social) que serão incluídos na avaliação. Isso também deve ser determinado pela popularidade e acessibilidade desses subcanais em sua jurisdição de interesse, bem como as diretrizes de uso específicas para cada um dos subcanais em questão (como discutido na ETAPA 1). Algumas partes proíbem voluntariamente a comercialização de tabaco em seus canais e isso deve ser considerado ao se selecionar os subcanais a serem incluídos na amostra de avaliação. Este guia recomenda que se inclua, no mínimo, 1 de cada um dos canais da internet disponíveis

para observação (consulte a Figura 2 para uma descrição de exemplos de canais e subcanais). Informações classificáveis sobre o tráfego da web e classificações globais por país e tema podem ser encontradas através do serviço Alexa Internet, Inc. em <http://www.alexa.com/>

Termos de pesquisa: Deve-se também selecionar um mínimo de 10 termos de pesquisa (além das empresas e marcas de tabaco já selecionadas) relacionados à legislação em vigor ou às tendências de PPPT atuais em sua jurisdição de interesse (incluindo eventos patrocinados e programas de RSC) para serem incluídos nos procedimentos de coleta de dados. Consulte a Etapa 7 e o Anexo E para uma lista com exemplos de Termos de pesquisa da amostra.

Figura 2. Exemplos de canais e subcanais da internet

Tipo de canal da internet	Exemplos de subcanais da internet	Tamanho mínimo sugerido da amostra
Sites de empresas de tabaco	China National Tobacco Co., Philip Morris International Inc (Altria Group Inc), British American Tobacco	3 a 5 empresas principais
Sites de marcas de tabaco	Hongtashan, Dunhill, Marlboro	9 a 10 marcas principais (das empresas principais)
Varejistas on-line de tabaco (ou produtos de tabaco)	Duty Free Depot	1
Redes de mídia social	Twitter, Orkut, YouTube, Weibo	1
Sites de notícias e emissoras	BBC, CNN, reddit	1
Portais da web de varejistas e entretenimento	Amazon, qq.com, taobao.com	1
Resultados de busca na internet (navegadores e mecanismos de busca)	Google, Safari, Bing	1

Escopo das informações

Outra decisão-chave que deve ser tomada no início de uma avaliação da conformidade é o tipo e a quantidade de informações que os coletores de dados irão reunir. Este guia oferece procedimentos adaptáveis para uma avaliação básica, com a opção de acrescentar elementos para uma avaliação detalhada (quando for apropriado para a sua jurisdição de interesse e capacidade organizacional). Uma avaliação básica envolve pesquisa e navegação na internet, enquanto uma avaliação detalhada requer mais interação entre o coletor de dados e a atividade de PPPT (como fazer uma inscrição para receber ofertas promocionais ou participar em eventos selecionados). Consulte a Etapa 7 para mais informações sobre procedimentos básicos e detalhados.

Será preciso decidir quais itens incluir na lista de verificação de observação para avaliar a conformidade com as proibições de PPPT existentes e identificar exemplos de brechas que incentivam o fortalecimento da lei. Os itens da lista de verificação devem ser baseados na legislação em vigor, nas prioridades de avaliação e tendências de PPPT na jurisdição

de interesse (ou seja, os resultados das ETAPAS 1, 2 e 3). Estes itens devem representar tanto o cumprimento ou a violação da lei, ou demonstrar falhas na legislação que estão sendo exploradas pela indústria. Você também pode decidir incluir itens na lista de verificação que identificar estratégias de PPPT novas ou inovadoras que a indústria do tabaco está usando. Você deve considerar cuidadosamente o tipo e a extensão de dados que terá que coletar para motivar uma resposta dos legisladores e de outras partes responsáveis.

Este guia recomenda que seja estabelecido um limite razoável para a abrangência das informações a serem coletadas e analisadas, de forma que haja o devido alinhamento com seu objetivo, recursos e cronogramas necessários. Um exemplo de lista de verificação de observação está disponível no Anexo F.



Ponto de ação

Selecione suas amostras, escolha uma abordagem de avaliação e torne claro o escopo da sua avaliação de conformidade de PPPT.

ETAPA 6: Planeje e defina um cronograma para sua avaliação da conformidade

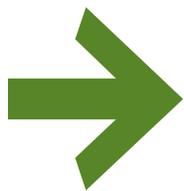
Um bom planejamento inclui um cronograma das atividades da avaliação de conformidade que possibilite que você se prepare de forma adequada para todas as etapas práticas envolvidas na realização da avaliação e maximize o uso dos resultados.

Ao criar o cronograma, é interessante considerar se existe um momento ideal para divulgar os resultados (p. ex.: durante deliberações no legislativo quanto à PPPT, ou no primeiro ano de aprovação da lei). Se existir, essa data deve ser o ponto final do cronograma e as demais tarefas devem ser inseridas no cronograma de trás para a frente, a partir deste ponto até o início.

Há uma série de tarefas que devem ser incorporadas no cronograma. Elas ocorrem em três momentos:

1. Antes da implementação: antes da ocorrência das observações da conformidade;
2. Implementação: durante a coleta e análise de dados;
3. Após a implementação: depois das observações da conformidade terem sido coletadas e analisadas.

Consulte os Anexos B e C para um exemplo de cronograma e de lista de planejamento de avaliação detalhada.



Ponto de ação

Planeje e coordene todas as ETAPAS restantes na sua avaliação de conformidade, levando em consideração a sincronização estratégica da divulgação dos resultados.

ETAPA 7: Adapte procedimentos e a lista de verificação de observação

Os procedimentos de avaliação e a lista de verificação de observação precisam combinar as disposições da legislação que regulamentam as atividades de PPPT em seu país ou jurisdição. Os voluntários ou trabalhadores pagos que vão coletar dados e avaliar exemplos precisarão entender exatamente o que devem fazer e como devem registrar o que observam. Conseqüentemente, você precisará desenvolver um procedimento claro e detalhado e uma lista de verificação de observação para orientação dos coletores de dados.

Procedimentos

Será preciso desenvolver um procedimento padrão para coletar exemplos de PPPT e realizar observações de avaliação que descrevam cada etapa do processo. É melhor fazer com que o procedimento seja fácil de seguir para que os coletores de dados possam ser facilmente treinados, mas o procedimento também precisa ser bem detalhado.

Este guia recomenda que os coletores de dados utilizem uma série de **procedimentos básicos de varredura na web** para pesquisar e navegar na internet e consigam exemplos de PPPT através de capturas de telas das atividades de PPPT (incluindo aquelas relacionadas a eventos patrocinados e programas de RSC). Os coletores de dados vão navegar por cada subcanal da internet identificado na amostra; inserir os termos de pesquisa da amostra nas barras de busca disponíveis; clicar nas páginas relevantes e capturar telas dos tipos de atividade de PPPT identificadas na ETAPA 2 da avaliação. As capturas de tela podem ser avaliadas quanto a conformidade e conteúdo pelos coletores de dados durante a varredura na web, ou enviadas para análise da equipe do projeto. Pedir aos

coletores de dados recrutados que preenchem a lista de verificação de observação para cada exemplo de PPPT pode resultar em uma economia significativa de tempo e trabalho de inserção de dados por parte da equipe do projeto e oferece a vantagem de ter o observador avaliando o exemplo em tempo real (em vez de uma tela capturada). Por outro lado, a equipe do projeto pode estar mais familiarizada com a legislação e as tendências de PPPT e ser mais capaz de identificar as táticas mais recentes e inovadoras que a indústria do tabaco está usando. Pedir à equipe do projeto que preencha a lista de verificação de observação para cada exemplo de PPPT pode resultar em uma melhor qualidade de dados, mas vai exigir muito mais tempo e trabalho de inserção de dados por parte da equipe do projeto. O método de avaliação deve ser determinado com base na capacidade organizacional e da equipe. Se membros da equipe do projeto estiverem agindo como coletores de dados, deverão preencher a lista de verificação de observação para cada exemplo de PPPT enquanto realizam os procedimentos de varredura na web.

Um procedimento de **avaliação detalhada** implicaria na inscrição em listas de mala direta ou promoções e na participação em determinados eventos patrocinados ou relacionados a RSC. Os coletores de dados podem capturar telas adicionais de PPPT na internet (p. ex.: mensagens diretas, promoção via e-mail), enviar exemplos de presentes ou promoções recebidos por e-mail e capturar imagens e enviá-las para observação de eventos patrocinados durante (4 a 6 semanas) o período de acompanhamento (usando a lista de verificação de observação personalizada).

Exemplo de procedimentos de varredura na web

A coleta de dados empregará um procedimento de varredura na web que exige pesquisa e navegação na internet e a captura de telas de atividades de PPPT. Você realizará uma varredura na web por semana, por um período de 3 semanas. Varreduras na web devem ser realizadas a partir de um cyber café local dentro da jurisdição de interesse, no mesmo dia de cada semana. Salve arquivos de captura de tela no formato jpeg em um pen drive fornecido pela equipe do projeto. Certifique-se de que capturou a tela inteira (incluindo data/hora e url). Envie os arquivos para a equipe do projeto ao término de cada varredura na web anexando-os a um e-mail e enviando-os para projectstaff@gmail.com. Devido ao volume de arquivos, pode ser necessário enviar vários e-mails. Certifique-se de que está enviando todas as telas capturadas. Em cada e-mail, inclua a data em que a varredura na web foi realizada, a localização ou tipo de computador utilizado e seu status de tabagismo atual.

O procedimento de varredura na web requer pesquisa e navegação em uma variedade de páginas da web e mídia de redes sociais na internet. Pesquise e navegue em seu navegador de escolha, utilizando o mecanismo de busca do Google. Você pode usar suas contas pessoais para acessar conteúdo em mídia de rede social ou registrar novas contas na indústria do tabaco ou em outras páginas da web. Não forneça informações falsas para obter acesso a conteúdo restrito. Consulte as listas de empresas/fabricantes, marcas, canais da internet e termos de pesquisa de tabaco selecionados fornecida pela equipe do projeto para realizar o procedimento de varredura na web.

1. Acesse as páginas das empresas/fabricantes e marcas de tabaco selecionadas.
 - a. Navegue pelo site e salve capturas de tela cheia de atividades de PPPT.
2. Acesse sites de mídia de rede social selecionados.
 - a. Procure empresas/fabricantes e marcas de tabaco selecionados e salve capturas de tela de atividades de PPPT (como contas administradas pela indústria do tabaco).
 - b. Procure por termos de pesquisa selecionados e salve capturas de tela de atividades de PPPT (incluindo serviços publicitários de terceiros).
3. Procure por empresas/fabricantes, marcas e termos de pesquisa de tabaco selecionados utilizando o mecanismo de busca do Google.
 - a. Capture telas de resultados de pesquisa.
 - b. Navegue por sites relevantes e capture telas de atividades de PPPT.
4. Acesse sites de varejo e entretenimento selecionados.
 - a. Procure por empresas/fabricantes, marcas e termos de pesquisa de tabaco selecionados e capture telas de resultados de pesquisa e atividades de PPPT.

Exemplo de procedimentos de avaliação detalhada

Internet: Durante a varredura na web, inscreva-se ou registre-se para receber ofertas, promoções, boletins informativos, concursos etc., e interaja com os recursos ou jogos, se disponíveis. Após as primeiras 3 semanas de varreduras na web, permita uma coleta de dados passiva adicional de 4 a 6 semanas. Se continuar notando atividades de PPPT na internet (sem executar uma varredura na web) ou receber qualquer publicidade direta ao consumidor por via eletrônica (p. ex.: através de redes de mídia social ou e-mail), capture uma imagem da tela e envie para a equipe do projeto seguindo as instruções acima. Se receber alguma publicidade direta ao consumidor pelo correio (amostras grátis, brindes, cupons, promoções, brinquedos), guarde os exemplos e entregue-os à equipe do projeto pessoalmente na conclusão do período de coleta de dados (inserir DATA).

Eventos patrocinados e RSC: Ao participar de eventos selecionados (eventos patrocinados ou relacionadas a RSC), tire fotos de atividades de PPPT usando uma câmera digital ou câmera de telefone e preencha o questionário abaixo. Fotografias são comuns nestes tipos de eventos, então tirar fotos não deve levantar suspeitas. Envie as fotos e os resultados do questionário para projectstaff@gmail.com imediatamente após o evento.

Coleta e gerenciamento de dados

Há várias opções disponíveis para a coleta e o gerenciamento dos dados de avaliação. O método de coleta e de gerenciamento de dados deve condizer com o escopo de sua avaliação, os recursos disponíveis e a capacidade de sua equipe de projeto. Alguns exemplos de métodos de coleta e gerenciamento de dados estão listados abaixo:

- Defina um arquivo de planilha ou formulário on-line de coleta de dados que contenha a lista de verificação de observação (usando softwares como o Microsoft Excel ou serviços gratuitos, como o SurveyMonkey, formulário no Google Drive e software de planilha eletrônica) e peça aos coletores de dados que preencham a lista de verificação para cada exemplo de captura de tela de PPPT coletada durante o procedimento de varredura na web. Isto pode ajudar a acelerar o tempo necessário para completar a análise e/ou inserção de dados. Os dados contidos nas listas de verificação de observação podem ser enviados por e-mail para a equipe do projeto ou diretamente enviados por serviços web disponíveis ao término de cada varredura.
- Peça a equipe do projeto que preencha a lista de verificação de observação para cada exemplo de captura de tela de PPPT que os coletores de dados enviam ao término de cada varredura na web. A equipe do projeto também pode utilizar software de planilhas, formulários on-line de coleta de dados ou outros recursos de coleta de dados disponíveis para preencher as listas de verificação de observação.
- Qualquer método exigirá que coletores de dados atribuam números de identificação a cada exemplo de captura de tela de PPPT coletado e cole a captura de tela em um documento do Word (p. ex.: Microsoft Word ou editor de texto gratuito do Google Drive). Se os coletores de dados forem solicitados a preencher a lista de verificação de observação, também terão que registrar o número de identificação do exemplo da captura de tela do PPPT no formulário (incluir este campo na lista de verificação de observação). Isso garantirá que os dados de avaliação correspondem ao exemplo de captura de tela de PPPT correto.
- Você terá que orientar os coletores de dados sobre a atribuição de números de identificação para cada exemplo de captura de tela de PPPT para que a equipe do projeto possa fazer referência ao exemplo para fins de avaliação de acompanhamento e mobilização. Isso pode ser tão simples quanto atribuir um determinado intervalo de numeração para cada coletor de dados (p. ex.: 1.000 a 2.999) e numerar sequencialmente os exemplos de captura de tela de PPPT coletados (0001, 0002, 0003 etc.) Os coletores de dados podem digitar o número de identificação acima ou abaixo do exemplo de captura de tela que é colado no editor de texto a ser enviado para a equipe do projeto. A orientação sobre a atribuição de números de identificação deve ser clara, simples e fácil de ser aplicada pelos coletores de dados.

- O nome ou o número de identificação de cada coletor de dados e a data da varredura na web e/ou observação devem ser registrados na lista de verificação de observação ou pela equipe do projeto quando os dados e arquivos da varredura na web forem recebidos.

Lista de verificação de observação

Uma lista de verificação de observação deve ser adaptada para orientar os coletores de dados e/ou a equipe do projeto na avaliação da conformidade e identificação de lacunas entre os exemplos de captura de tela de PPPT coletados durante a varredura na web. Listas de verificação de observação com opções “sim/não” são fáceis de usar e possibilitam uma coleta de dados padronizada. Para garantir dados de boa qualidade, as perguntas devem ser claras e específicas. Os dados podem ser inseridos em planilhas (usando uma nova aba para cada exemplo em um registro de varredura na web), software de formulário (como o Microsoft Excel ou serviços do Google Drive) ou através de formulários de questionário, como os oferecidos pelo SurveyMonkey. Inclua um campo na lista de verificação de observação para inserir o número de identificação atribuído ao exemplo de captura de tela de PPPT.

Inclua itens que reflitam as principais disposições legislativas que você pretende avaliar, ou destaque atividades que explorem lacunas na legislação (conforme identificado durante as ETAPAS 1, 2, 3 e 5 da avaliação). Estas são as variáveis que serão utilizadas para determinar se a empresa de tabaco ou (principal/alternativa) parte responsável está em conformidade com a lei. Inclua também itens que ajudem a identificar as brechas na atual legislação, como más definições e proibições que não sejam abrangentes e permitam a publicidade, promoção, venda, atividades ou produtos que não são regulamentados.

Inclua espaço na lista de verificação de observação para os dois coletores de dados e para a equipe do projeto (se não forem os mesmos) para registro de comentários adicionais que eles podem querer fazer. Você pode querer registrar, por exemplo, se houve alguma circunstância especial sobre uma determinada observação ou detalhes importantes que a lista de verificação não aborda (como um vídeo ou outros elementos interativos). Inclua a lista de verificação de observação adaptada no treinamento de coleta de dados e materiais de referência (mesmo que os coletores de dados não sejam os responsáveis pelo preenchimento das listas de verificação).



Promoção via internet 2014⁵

- Promoção de um site de venda de cigarros a varejo
- Uso de rede de mídia social (Twitter)
- Divulgação de uma competição
- Distribuição de brindes



Ponto de ação

Adapte os procedimentos e a lista de verificação de observação com base no escopo de sua avaliação de conformidade de PPPT e nas leis e regulamentações em sua jurisdição de interesse.

ETAPA 8: Realize sessão de treinamento

Treinamento de coletores de dados

Certifique-se de que seus coletores de dados receberam treinamento sobre todos os aspectos do processo de varredura na web para que saibam como pesquisar, identificar, capturar, salvar e enviar exemplos de captura de tela de PPPT e/ou listas de verificação de observação preenchidas. Uma sessão de treinamento deve incluir discussão sobre a finalidade da avaliação e permitir tempo suficiente para a análise de todos os procedimentos. Use muitos exemplos para familiarizar os coletores de dados com os tipos de atividades de PPPT que devem buscar. Uma sessão de coleta de dados prática (varredura na web) e a lista de verificação de observação adaptada devem ser incluídas nas atividades e materiais de treinamento.

Treinamento adicional será necessário se você pedir aos coletores de dados que se inscrevam em promoções, participem de competições e participem de eventos patrocinados ou relacionados a RSC. Eles precisam saber como registrar observações, que tipo de informação registrar, como enviar dados e como responder

se forem abordados ou questionados em um evento. Este guia recomenda o uso da lista de verificação de observação adaptada da abordagem de avaliação básica e que se faça as revisões ou adições necessárias, conforme o caso. Os dados podem ser enviados eletronicamente (utilizando capturas de tela, listas de verificação de observação preenchidas e fotos digitais de malas diretas e eventos patrocinados ou relacionados a RSC) ou por e-mail (enviar ou entregar quaisquer materiais promocionais recebidos diretamente para a equipe do projeto).

Treinamento da equipe

A equipe do projeto deve estar familiarizada com os procedimentos e a lista de verificação de observação adaptada, bem como a legislação local e as tendências de PPPT em sua jurisdição de interesse. A equipe deve estar especialmente familiarizada com as atividades de PPPT mais recentes, inovadoras e já em curso em sua jurisdição de interesse, caso preencham as listas de verificação de observação para a avaliação.



Ponto de ação

Treine coletores de dados e/ou a equipe do projeto no uso dos procedimentos de coleta de dados e no preenchimento da lista de verificação de observação.

ETAPA 9: Colete seus dados

Os coletores de dados realizarão uma série de procedimentos de varredura na web durante algumas semanas (no mínimo 3) e enviarão exemplos de captura de tela de PPPT para a equipe do projeto. A equipe deve utilizar um sistema claro de nomeação dos arquivos de exemplos e garantir que existe uma cópia de segurança destes arquivos em outro local. Durante o período de coleta de dados, a equipe deve analisar exemplos enviados à medida que são recebidos para garantir a consistência com o protocolo de avaliação. O coordenador do

projeto deve estar disponível para ajudar os coletores de dados quanto a quaisquer questões ou perguntas durante o período de avaliação.

Embora as atividades de PPPT na internet muitas vezes ultrapassem os limites geográficos tradicionais, a coleta de dados deve ocorrer dentro da jurisdição de interesse. Da mesma forma, observações presenciais sobre os eventos patrocinados e relacionados a RSC devem ser representativas das atividades de PPPT em sua jurisdição de interesse.

The screenshot shows the website for Duty Free Depot, specifically the 'Cigarettes' page. The header includes the logo 'DUTY FREE DEPOT' with a globe icon, the text 'Free international shipping' with an airplane icon, and buttons for 'Sign Up' and 'Login'. There are search bars for 'Brand Search' and 'Key Search'. The navigation menu lists categories: CIGARETTES, CIGARS & TOBACCO, LIGHTERS, SPIRITS, FRAGRANCES, E-CIGARETTES, ACCESSORIES, and CATALOG. A 'Best Deals Alert!' sign-up form is on the left. The main heading is 'Cigarettes'. Below it, a welcome message states: 'Welcome to our online duty-free cigarettes store! Get all your favorite smokes by Dunhill, Gauloises, Rothmans and so many more, for the cheapest prices around! All items are guaranteed to be genuine and made in Western Europe or Switzerland, unless stated otherwise. Great discounts, great products and great service since 2006! Check it out yourself!'. A row of cigarette brands is displayed with their logos: Winston, Camel, American Legend, Benson & Hedges, Camel, Captain Black, and Craven. On the right, there is a 'YOUR CART' section indicating no items, a 'CONTINUE SHOPPING' button, a 'CIGARETTE CATALOG' button, and a customer testimonial: 'I just wanted to thank you for my order. I have received all of my items and very quickly...' by Teresita.

Site de venda a varejo na internet, 2014⁶

- Venda de cigarros
- Uso de mídia de rede social (Facebook, Twitter, Pinterest)
- Solicitação de cadastro ("Registre-se agora! Receba avisos de nossas ofertas!")



Ponto de ação

Realize a varredura na web e participe de eventos selecionados se houver a implementação de uma avaliação detalhada, enquanto monitora a qualidade das observações e exemplos coletados à medida que são recebidos.

ETAPA 10: Analise os resultados da sua avaliação da conformidade

Quando exemplos de capturas de tela forem coletados e as listas de verificação de observação forem preenchidas, a conformidade e o conteúdo devem ser analisados para responder às suas perguntas de avaliação.

Verificação da qualidade dos dados

Assegurar a qualidade dos dados requer bom planejamento em cada etapa da avaliação. Os protocolos que você estabelecer e o treinamento que der à equipe serão úteis para o processo. Enquanto os coletores de dados executam as varreduras da web e enviam exemplos de captura da tela de PPPT, a equipe do projeto deve verificar os arquivos para confirmar que foram claramente capturados, de modo completo e consistente com o protocolo de avaliação. Se os coletores de dados estiverem preenchendo as listas de verificação de observação, estes formulários também devem ser analisados pela equipe do projeto.

Análise dos dados

Após a verificação da qualidade dos dados, os resultados podem ser analisados usando um software de planilha eletrônica, como o Microsoft Excel ou serviços do Google Drive, serviços gratuitos baseados na web, como o SurveyMonkey, ou outros recursos de análise de dados disponíveis. As ferramentas e/ou softwares de análise de dados devem ser adequados às habilidades e capacidades da equipe do projeto (assim como o escopo da avaliação). A análise dos dados consistirá principalmente na identificação dos exemplos de PPPT coletados mais persuasivos durante o processo de varredura na web e a tabulação de estatísticas descritivas (contagens e proporções) de diferentes tipos de atividades de PPPT. Esta análise pode ser realizada com o uso do mesmo software sugerido para a inserção de dados (ver acima). Os resultados devem mostrar evidências de conformidade, violações ou deficiências da lei e ser guiados por questões-chave que precisam ser respondidas, tais como:

- Quais empresas/fabricantes cumprem ou violam a lei?
- Quais canais e subcanais a indústria está usando para atividades de PPPT na internet?
- Quais táticas de PPPT a indústria usa para promover suas marcas e produtos na internet, em eventos patrocinados e através de programas de responsabilidade social corporativa?
- Quais são os públicos-alvo dessas atividades de PPPT?
- Quem são as partes responsáveis (principais ou alternativas) para essas atividades de PPPT? (Consulte a ETAPA 1; Figura 1) Isso pode ficar aparente a partir do exemplo da captura de tela de PPPT, pode exigir pesquisa de acompanhamento ou a informação pode não estar disponível.
- Esses exemplos demonstram deficiências na lei? Em caso afirmativo, como a indústria do tabaco está explorando essas brechas?

Pesquisadeacompanhamento: Você pode precisar realizar uma pesquisa de acompanhamento (através de pesquisas na internet, notícias recentes ou consulta de documentos disponíveis da indústria do tabaco) a fim de identificar algumas das partes responsáveis envolvidas na produção e/ou divulgação desses exemplos de PPPT. Lembre-se de considerar a capacidade de monitoramento e fiscalização do governo local e busque identificar as partes responsáveis que são capazes ou que tendem a responder aos resultados da avaliação.



Ponto de ação

Verifique a qualidade dos dados, analise os resultados das listas de verificação de observação preenchidas, determine a conformidade e responda a outras perguntas prioritárias de avaliação.

ETAPA 11: Use os resultados

Os resultados devem ser usados de modo que correspondam ao objetivo da avaliação da conformidade, a capacidade dos órgãos de fiscalização locais e a acessibilidade das partes responsáveis. Ao usar os resultados, não deixe de definir seu público, criar mensagens importantes adequadas às finalidades da avaliação e que sejam disseminadas de forma que alcancem e influenciem seu público-alvo. Este guia recomenda o trabalho com pessoas experientes em mobilização, comunicação e relações públicas que possam dar orientações quando os resultados forem divulgados. Públicos e estratégias de disseminação comuns:

Legisladores

Os principais alvos para os resultados da avaliação da conformidade costumam ser os legisladores. Os resultados devem mostrar claramente se a lei está sendo obedecida ou não e incluir um apelo pelos recursos adicionais necessários para aprimorar a conformidade. Os resultados finais também podem ser usados para demonstrar as lacunas que estão sendo exploradas pela indústria do tabaco e que devem ser abordadas pelos legisladores e autoridades públicas. Os resultados podem ser apresentados durante reuniões privadas com os legisladores e autoridades de cúpula do governo e/ou divulgados para os meios de comunicação através de conferências com a imprensa ou outros eventos.

Órgãos de fiscalização

Reuniões privadas com órgãos governamentais e/ou de fiscalização (incluindo aqueles designados para regulamentar questões financeiras, de mídia e publicidade e da internet) são uma boa prática antes da divulgação pública dos resultados. Isso estabelece confiança e tem mais probabilidade de resultar em ação por parte dos órgãos.

Partes responsáveis

Você pode optar por apresentar os resultados da avaliação às partes principais ou alternativas responsáveis pela produção e/ou divulgação dos exemplos de PPPT coletados em sua jurisdição de interesse (consulte a ETAPA 1: Figura 1). A apresentação dos resultados pode ser usada para fornecer informações sobre as leis e a conformidade através de seu(s) canal(is) ou encorajá-las a cumprir a lei. Algumas partes alternativas possuem maior capacidade tecnológica de implementar certas restrições e têm menos interesse velado em atividades de PPPT em geral do que a indústria do tabaco.

O público e a sociedade civil

Os meios de comunicação em massa podem ser usados para informar o público sobre os níveis de conformidade com a lei e exigir o cumprimento constante e aumentado da lei por parte do governo. A exposição das brechas ao público também pode criar uma demanda por uma legislação mais rígida, pressionando os legisladores a agir.



Ponto de ação

Identifique seus públicos-alvo e determine os melhores métodos para atingir esses públicos e divulgar os resultados.

Referências

1. Conferência das Partes (COP). Diretrizes para Implementação do Artigo 13 da Convenção-Quadro da OMS para o Controle do Tabaco (Publicidade, Promoção e Patrocínio de Tabaco) [Guidelines for Implementation of Article 13 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Tobacco advertising, promotion and sponsorship)], 2013.
http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/guidel_2011/en/
2. Ribisl, K. M., Williams, R. S., Gizlice, Z., Herring, A. H., & Ross, J. (2011). Eficácia de acordos de governos estaduais e federal com grandes empresas de cartão de crédito e de transporte para inibir venda ilegal de cigarros pela internet [Effectiveness of State and Federal Government Agreements with Major Credit Card and Shipping Companies to Block Illegal Internet Cigarette Sales.] PLoS ONE, 6(2), e16754. Retrieved January 15, 2014, from <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0016754>
3. Shahrir, S., Wipfli, H., Avila-Tang, E., Breyse, P. N., Samet, J. M., & Navas-Acien, A. (2011). Vendas e promoção do tabaco em bares, cafés e casas noturnas das grandes cidades ao redor do mundo. [Tobacco Sales and Promotion in Bars, Cafes and Nightclubs from Large Cities around the World.] Tobacco Control, 20(4), 285-290. Retrieved January 15, 2014, from <http://dx.doi.org/10.1136/tc.2010.040220>
4. L.A. Lights Indiefest, Festive Sound [Captura de tela]. (2014) Retrieved June 11, 2014, from <http://www.ajita.co.id/work/detail/lalights-festivesound>
5. Twitter Duty Free Depot [Captura de tela]. (2014) Retrieved June 11, 2014, from <https://twitter.com/Dutyfreedepot>
6. Website Duty Free Depot [Captura de tela]. (2014) Retrieved June 11, 2014, from <http://www.dutyfreedepot.com/>

ANEXO A: Glossário de termos

Consulte os termos e definições listados abaixo durante o planejamento e a implementação de sua avaliação da conformidade de PPPT. Você pode querer fornecer um glossário resumido de termos para seus coletores de dados e/ou equipe do projeto. Você pode adaptar as definições para as especificações da sua avaliação de PPPT e adicionar novos termos ao seu glossário do projeto.

Termos	Definições
Canais da internet	Os vários tipos de meios de transmissão usados para transmitir informação, a partir de um ou vários emissores para um ou vários receptores, na World Wide Web. Canais da internet incluem mecanismos de busca, redes de mídia social, portais, sites e páginas da web.
Filtro-bolha	Um filtro-bolha pode ocorrer quando sites fazem uso de algoritmos para presumir, de forma seletiva, as informações que um usuário gostaria de ver e depois fornece informações para o usuário de acordo com esta suposição. Websites fazem essas suposições com base em informações relacionadas ao usuário, como cliques anteriores, histórico de navegação, histórico de pesquisa e localização. Por esse motivo, os sites estão mais propensos a apresentar apenas informações tidas como atividade anterior do usuário. Um filtro-bolha, portanto, pode fazer com que os usuários tenham muito menos contato com pontos de vista contraditórios, fazendo com que o usuário se torne intelectualmente isolado.
Mecanismo de busca	Um mecanismo de busca na web é um sistema de software que é projetado para pesquisar e recuperar informações na World Wide Web.
Mídia de rede social	Mídia de rede social refere-se à interação entre as pessoas onde elas criam, compartilham e/ou trocam informações e ideias em comunidades e redes virtuais.
Navegação	O processo de movimentação pela internet, pesquisando, navegando, clicando ou entrar diretamente em um endereço na World Wide Web.
Navegador da web	Um navegador da web (comumente chamado de navegador) é um aplicativo para recuperar, apresentar e transitar recursos de informação na World Wide Web. Os principais navegadores da web são Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera e Safari.
Página da web	Um documento sobre a World Wide Web que consiste em um arquivo HTML e quaisquer arquivos relacionados para scripts e gráficos, muitas vezes com hiperlinks para outros documentos na internet. O conteúdo das páginas da web é normalmente acessado por meio de um navegador.

Portal da web	Um portal da web é uma página da web especialmente projetada em um site que reúne informações de diversas fontes de maneira uniforme. Normalmente, cada fonte de informação recebe uma área dedicada na página para exibir informações com frequência; o usuário pode configurar quais exibir.
Site/Website	Um local conectado à internet que mantém uma ou mais páginas na World Wide Web.
Subcanais da internet	Um canal exclusivo da internet que mantém seu próprio espaço dedicado na World Wide Web.
Usuário	Um usuário é uma pessoa que usa um computador ou serviço de rede. Um usuário geralmente tem uma conta de usuário e é identificado por um nome de usuário. Outros termos para nome de usuário incluem nome de login ou nome de tela.
Varredura na web	O processo de pesquisa e navegação na internet para observar e coletar informações selecionadas.

ANEXO B: Cronograma de avaliação da amostra

TAREFAS	SEMANA	PESSOA ENVOLVIDA	PESSOA RESPONSÁVEL / SUPERVISOR	PRAZO PARA ENCERRAMENTO
Tarefas pré-avaliação:				
Definir propósitos/objetivos				
Selecionar amostra				
Desenvolver procedimentos				
Adaptar a lista de observação				
Treinar os coletores de dados e a equipe do projeto				
Realizar o teste piloto dos procedimentos e ferramentas				
Tarefas de avaliação				
Realizar a varredura da web (coleta de dados)				
Verificar a qualidade dos dados				
Análise dos dados e interpretação das descobertas				
Tarefas pós-avaliação				
Usar os resultados da avaliação da conformidade				

ANEXO C: Lista de planejamento de avaliação (questões a serem consideradas e tarefas a serem concluídas)

Antes da avaliação:

ETAPA 1: Determine sua jurisdição de interesse e conheça as proibições e regulamentações sobre PPPT

PONTO DE AÇÃO: Aprenda a legislação da sua jurisdição de interesse e a compare com as recomendações do Artigo 13 e quaisquer outras restrições relevantes de atividades de PPPT. Esteja ciente das partes responsáveis e possíveis brechas na lei.

- A venda de tabaco ou de produtos relacionados ao tabaco é proibida na sua jurisdição de interesse? Existem restrições ao acesso por idade ou localização ou à exibição de listas de produtos e promoções?
- A legislação em vigor proíbe a publicidade e/ou promoção do tabaco na internet? Existem restrições ao acesso por idade ou localização ou pelo conteúdo da mídia de PPPT?
- A legislação em vigor proíbe o patrocínio de eventos e/ou programas de RSC pela indústria do tabaco? Existem regulamentações quanto à publicidade de tal patrocínio?
- A legislação atual é abrangente e claramente definida? Ou existem regulamentações parciais que permitem que a indústria explore brechas?
- Quais órgãos governamentais são responsáveis por fazer cumprir essas leis? Qual é a capacidade destes órgãos em monitorar e fazer cumprir tais normas?
- Os subcanais da internet em sua jurisdição de interesse proíbem ou restringem atividades de PPPT em seus próprios canais que são permitidos pela legislação em vigor?

ETAPA 2: Reconheça a Publicidade, Promoção e Patrocínio do Tabaco

PONTO DE AÇÃO: Familiarize-se com as atividades e tendências de PPPT em sua jurisdição de interesse ao falar com especialistas locais e sua população de interesse, e realize uma pesquisa informal na internet para analisar exemplos. Esteja ciente de quaisquer táticas novas ou inovadoras da indústria.

- Tabaco e produtos relacionados são vendidos na internet?
- As empresas e marcas mantêm seus próprios sites? Contas em mídia social?
- Empresas e marcas promovem o tabaco com anúncios patrocinados na internet (que aparecem ou surgem em janelas pop-up em feeds, na parte superior, inferior e laterais de páginas da web, ou enquanto a página está carregando)?
- Há eventos patrocinados ocorrendo em sua jurisdição de interesse? Onde na internet esses eventos seriam promovidos (p. ex.: redes de mídia social)?
- Existem programas de RSC conhecidos em sua jurisdição de interesse? Qual é o foco desses programas? Onde e como eles promovem esses programas (p. ex.: sites de marca)?

ETAPA 3: Defina a finalidade da sua avaliação da conformidade

PONTO DE AÇÃO: Defina as metas e prioridades da avaliação da conformidade e identifique o público-alvo para divulgação de resultados e direcionamento dos esforços de mobilização.

- Com base nos resultados das ETAPAS 1 e 2 da sua avaliação, cujo objetivo seria mais estratégico para o estado da legislação e as tendências de PPPT atuais em sua jurisdição de interesse?
- Como você pode direcionar os esforços de mobilização com base nos possíveis resultados de sua avaliação?

ETAPA 4: Garanta os recursos necessários

PONTO DE AÇÃO: Desenvolva um orçamento e aloque recursos para as necessidades da sua avaliação da conformidade.

- A quais recursos materiais você já tem acesso (computadores para a coleta, análise, armazenamento de dados)?
- Você vai recrutar coletores de dados ou a equipe do projeto implementará o protocolo de avaliação? Os coletores de dados recrutados serão pagos?
- Você vai pedir aos coletores de dados que participem de eventos?
- Quais as implicações de seu plano de divulgação e estratégia de mobilização?
- Quais são os custos associados a estas atividades?
- Você precisará de algum recurso adicional para realizar a sua avaliação de conformidade?

ETAPA 5: Selecione suas amostras e torne claro o escopo da sua avaliação da conformidade

PONTO DE AÇÃO: Selecione suas amostras, escolha uma abordagem de avaliação e torne claro o escopo da sua avaliação de conformidade de PPPT.

- Identifique uma série de principais empresas e marcas de tabaco que são ativas em sua jurisdição de interesse. Você pode optar por selecionar marcas de produtos de tabaco sem fumaça se isso for adequado ao seu contexto local. Você deve selecionar 3 a 5 das principais empresas de tabaco, e um mínimo de 9 a 10 marcas prioritárias dentro dessas empresas.
- Selecione uma amostra de subcanais da internet para incluir na coleta de dados: sites de marca e empresa de tabaco, varejistas de tabaco, redes de mídia social, páginas de notícias e emissoras, páginas ou portais web de varejo e entretenimento e os resultados dos mecanismos de busca da internet. Escolha um mínimo de 1 de cada tipo de subcanal para incluir em sua avaliação da conformidade.
- Selecione uma amostra de termos de pesquisa a ser usada durante a implementação do procedimento de coleta de dados que sejam relevantes para a legislação local e as tendências de PPPT em sua jurisdição de interesse (no mínimo 10, além das empresas e marcas de tabaco em sua amostra, que também devem ser incluídas nos termos de pesquisa). Lembre-se de incluir termos de pesquisa que dizem respeito a eventos patrocinados e programas de RSC.
- Escolha uma abordagem de avaliação (básica ou detalhada) e determine o escopo (tipo e abrangência) da informação que você pretende coletar na lista de verificação da observação. Escolha itens de observação que sejam estratégicos para o objetivo da sua avaliação ao definir limites apropriados para a quantidade de dados que será coletada, analisada e armazenada.

ETAPA 6: Planeje e defina um cronograma para sua avaliação da conformidade

PONTOS DE AÇÃO: Planeje e coordene todas as ETAPAS restantes na sua avaliação de conformidade, levando em consideração a sincronização estratégica da divulgação dos resultados.

- Defina um cronograma para as ETAPAS restantes na sua avaliação da conformidade com base no seu escopo de projeto. Considere o tempo e o trabalho necessários para adaptar a lista de verificação da observação de procedimentos com base na abordagem da avaliação e no escopo da informação.
- Quanto tempo durará a análise dos dados? Existem oportunidades estratégicas ou eventos para o momento de liberação dos resultados da avaliação (p. ex.: quando a nova política completa um ano)?

ETAPA 7: Adapte procedimentos e a lista de verificação de observação

PONTO DE AÇÃO: Adapte os procedimentos e a lista de verificação de observação com base no escopo de sua avaliação de conformidade de PPPT e nas leis e regulamentações em sua jurisdição de interesse.

- Consulte o escopo, as prioridades e métodos de avaliação identificados ao longo das ETAPAS anteriores na avaliação e selecione métodos de coleta e gerenciamento de dados que são práticos para os objetivos, cronograma e equipe do seu projeto.
- Adapte um procedimento personalizado que seja claro e específico para orientar a equipe e/ou coletores de dados do seu projeto durante todo o processo de varredura na web e período de coleta de dados em geral.
- Adapte uma lista de verificação de observação personalizada que avalie a conformidade com proibições de PPPT existentes, demonstre deficiências na legislação em vigor ou identifique tendências novas e inovadoras de PPPT na internet, em eventos patrocinados, e através de programas de RSC.

ETAPA 8: Realize sessão de treinamento

PONTO DE AÇÃO: Treine coletores de dados e/ou a equipe do projeto no uso dos procedimentos de coleta de dados e no preenchimento da lista de verificação de observação.

- Certifique-se de que os coletores de dados compreendam o contexto e o objetivo da avaliação da conformidade de PPPT.
- Treine seus coletores de dados para realizarem uma varredura na web utilizando os canais e subcanais da internet que você selecionou com os termos de pesquisa identificados.
- Se houver a realização de uma avaliação detalhada, treine os coletores de dados a se inscreverem para receber ofertas especiais ou participar de eventos patrocinados.
- Certifique-se de que os coletores de dados estão familiarizados com as habilidades técnicas necessárias para a realização da varredura na web (p. ex.: navegar na internet, capturar e enviar capturas de tela, enviar ofertas recebidas pelo correio ou por e-mail ou enviar listas de verificação de observação preenchidas).

Avaliação:

ETAPA 9: Colete seus dados

PONTOS DE AÇÃO: Realize a varredura na web e participe de eventos selecionados se houver a implementação de uma avaliação detalhada, enquanto monitora a qualidade das observações e exemplos coletados à medida que são recebidos.

- Analise e organize exemplos de captura de tela e/ou listas de verificação de observação preenchidas à medida que forem recebidas, para garantir que os coletores de dados estão seguindo corretamente as instruções de varredura na web.
- Certifique-se de que o coordenador do projeto está disponível para responder aos coletores de dados para abordar questões ou resolver problemas que possam surgir.

ETAPA 10: Analise os resultados da sua avaliação da conformidade

PONTO DE AÇÃO: Verifique a qualidade dos dados, analise os resultados das listas de verificação de observação preenchidas, determine a conformidade e responda a outras perguntas prioritárias de avaliação.

- Verifique a qualidade de seus dados de avaliação de conformidade (exemplos de captura de tela de PPPT e listas de verificação de observação preenchidas).
- Tabule estimativas de conformidade, violação ou táticas de PPPT específicas.
- Identifique as marcas e empresas de tabaco em conformidade ou violação.
- Identifique as partes responsáveis principais e alternativas em conformidade ou violação envolvidas na produção ou disseminação desses exemplos de PPPT.
- Identifique deficiências na lei que a indústria do tabaco está explorando.
- Identifique atividades de PPPT novas, inovadoras ou em andamento em sua jurisdição de interesse.

Após a avaliação:

ETAPA 11: Use os resultados

PONTO DE AÇÃO: Identifique seus públicos-alvo e determine os melhores métodos para atingir esses públicos e divulgar os resultados.

- Identifique públicos-alvo prioritários com base nos resultados da sua avaliação da conformidade de PPPT e na natureza dos órgãos de fiscalização e outras partes responsáveis em sua jurisdição de interesse.
- Refine as mensagens-chave do seu plano de divulgação para destacar os resultados mais significativos das descobertas e proponha as próximas etapas (ou pontos de ação) ao(s) público(s)-alvo.
- Agende reuniões privadas com legisladores, órgãos de fiscalização e partes responsáveis, conforme apropriado, para ganhar confiança ao apresentar os resultados da avaliação antes de sua divulgação pública.
- Compartilhe e promova os resultados entre o público e a sociedade civil em geral.

ANEXO D: Orientação sobre adaptação dos processos

O procedimento de varredura na web (e materiais de treinamento correspondentes) deve abordar:

QUEM

- Quem deve ser contatado em caso de dúvidas ou para a resolução de problemas durante o período da avaliação (o coordenador do projeto).
- Se os coletores de dados serão voluntários ou membros da equipe do projeto (isso pode influenciar os procedimentos de varredura na web, métodos de coleta de dados e a duração de treinamento necessária).
- Os coletores de dados serão formados por fumantes ou não-fumantes (ou ambos).
- Os coletores de dados preencherão a lista de verificação de observação ou a equipe do projeto preencherá a lista de verificação após os exemplos de captura de tela de PPPT serem recebidos (se a equipe do projeto fizer a varredura na web, ela deve preencher as listas de verificação de observação durante o procedimento).

O QUÊ

- Definições para todas as tendências e atividades de PPPT, empresas, marcas, canais, subcanais, termos de pesquisa e quaisquer outros itens relacionados à avaliação (com atenção especial para a internet, eventos especiais e tópicos de programas de RSC).
- Qual navegador e/ou mecanismo de busca utilizar.
 - Este guia sugere a atribuição de uma gama de mecanismos de busca para que os coletores de dados realizem a varredura na web (p. ex.: usando um modelo diferente dos 3 principais mecanismos de busca na jurisdição de interesse para cada varredura na web ou cada coletor de dados) a fim de minimizar o efeito de "filtros-bolha", que são criados pela otimização de mecanismos de busca e que podem gerar resultados tendenciosos de buscas na internet.
- O que fazer se os coletores de dados tiverem uma pergunta ou encontrarem um problema (consultar o protocolo da avaliação e entrar em contato com o coordenador do projeto).
- Qualquer informação adicional para coletar ou enviar.

ONDE

- Onde realizar a varredura na web
 - Varreduras na web devem ser realizadas na jurisdição de interesse.
 - Varreduras na web devem ser realizadas em um computador que não está atrelado à equipe ou organização do projeto (ou seja, em um cyber café ou computador pessoal de um coletor de dados recrutado) para eliminar o efeito da publicidade comportamental direcionada que se inclina para o controle do tabaco com base em padrões de navegação da internet anteriores.
- Onde participar de eventos patrocinado ou relacionados a RSC selecionados, se você está realizando uma avaliação detalhada. Você deve fornecer essa informação e opções de transporte disponíveis para os coletores de dados o mais cedo possível.

QUANDO

- A duração e a frequência da coleta de dados.
 - Este guia recomenda um mínimo de 3 varreduras na web por coletor de dados ao longo de 3 semanas (ou 1 varredura na web por semana).
 - Se uma avaliação detalhada for realizada, os coletores de dados e a equipe do projeto devem permitir uma coleta de dados adicional com 4 a 6 semanas de duração para monitoramento passivo da internet (comunicações diretas ao consumidor).
- Quando preencher a lista de verificação de observação (isto também depende de quem preencherá a lista de verificação). Os coletores de dados e a equipe do projeto devem compreender quando os exemplos de captura de tela de PPPT devem ser avaliados por meio de lista de verificação de observação e enviados à equipe do projeto.
- Quando participar de eventos patrocinados ou relacionados a RSC selecionados. Forneça essa informação aos coletores de dados o quanto antes.

POR QUÊ

- Um senso geral do por que a avaliação está ocorrendo (o objetivo) aprimorará a qualidade da coleta de dados e as observações registradas.

COMO

- Como acessar sites que exigem login (até que ponto prosseguir e definir se deve-se utilizar as suas próprias informações/contas pessoais de acesso ou se inscrever para receber atividades de PPPT).
 - Este guia desaconselha o uso de informações falsas para acessar conteúdo restrito e sugere que os coletores de dados recrutados possam acessar conteúdo restrito usando suas contas e informações de usuário autênticas (p. ex.: estudantes universitários, fumantes).
- Como fazer uma captura de tela e salvar arquivos (procedimento e formato de arquivo).
- Como atribuir números de identificação aos exemplos de captura de tela de PPPT
- Como enviar exemplos de captura de tela e/ou listas de verificação de observação preenchidas (via e-mail, envio de formulários web, upload etc.) para a equipe do projeto (se os coletores de dados forem voluntários recrutados).
- Como enviar publicidade ou materiais promocionais recebidos pelo correio (preencha uma lista de verificação de observação e envie o material ou uma foto do material por correio ou e-mail).

ANEXO E: Exemplos de termos de pesquisa

As listas abaixo disponibilizam uma amostra não-abrangente de termos de pesquisa a serem usados em sua avaliação da conformidade. Os termos de pesquisa devem ser emparelhados, conforme o caso, e dispostos em uma lista para a equipe e os coletores de dados do projeto. Certifique-se de que incluiu termos de pesquisa que sejam relevantes para a legislação e as tendências de PPPT em sua jurisdição de interesse.

Temas de pesquisa de publicidade e promoção

- Bar
- Alegação
- Clube
- Show
- Concurso
- Cupom
- Acordo
- Desconto
- Entrar
- Evento
- Festival
- Seguir
- Reunião
- Música
- Corrida
- Rifa
- Recompensa
- Vendas
- Cadastro
- Esportes
- Registro
- Torneio
- Vencer

Termos de pesquisa de tabaco

- Bidis
- Mascar
- Charuto
- Cigarro
- Cigarilha
- Cravo
- Dissolúvel
- E-cigarette
- Cigarro eletrônico
- Gutka
- Hookah
- Khaini
- Kretek
- Cachimbo
- Sem fumaça
- Fumaça
- Rapé
- Snus
- Tabaco
- Vaping
- Vapor
- Narguilé

Termos de pesquisa de RSC

- Limpeza
- Comunidade
- Terra
- Educação
- Meio ambiente
- Lavoura
- FLORESTA
- Dar
- Saúde
- Ajudar
- Terreno
- Preservar
- Prevenção
- Alívio
- Salvar
- Escolas
- Sustentável
- Água
- Vida selvagem
- Juventude

ANEXO F: Amostra de Lista de verificação de observação

<i>Esta lista de verificação da observação deve ser adaptada para refletir a legislação vigente e as tendências de PPPT na jurisdição de interesse. Os itens que não se aplicam devem ser eliminados da lista de verificação antes de realizar a avaliação.</i>			
Empresa/Fabricante ou marca de tabaco observada:			
Canal PPPT (e canal/subcanal da internet se aplicável):			
Itens de observação	Sim/Não	Conformidade/ Violação	Observações/Comentários
O exemplo está vendendo cigarros?			
O exemplo está vendendo outros produtos de tabaco?			
O exemplo está vendendo merchandising de tabaco?			
O exemplo está limitado por idade, local ou status de tabagismo?			
O exemplo inclui a sinalização de alerta exigida?			
O exemplo inclui as informações exigidas para parar de fumar?			
O exemplo usa palavras que sugerem sabor?			
O exemplo usa palavras que indicam potência reduzida (baixo, suave, light)?			
O exemplo divulga descontos na compra de vários maços?			
O exemplo oferece ou fornece presentes ou objetos com ou sem o logotipo/símbolo/nome da marca (como isqueiros, relógios, dardos, roupas)?			
O exemplo promove concursos, rifas ou apostas?			
O exemplo inclui mídia interativa ou jogos?			
O exemplo inclui um componente de mídia social?			
O exemplo promove evento patrocinado? (Se a resposta for positiva, coloque uma descrição na seção para comentários)			
O exemplo promove Responsabilidade Social Corporativa (RSC)? (Se a resposta for positiva, coloque uma descrição na seção para comentários)			

ANEXO G: Amostra de Lista de verificação de observação detalhada

1. Data:
2. Localização:
3. Empresa/fabricante ou marca patrocinadora:
4. Nome do evento:
5. Selecione o tipo de evento:
 - a. Eventos patrocinados
 - i. Esportes
 - ii. Música
 - iii. Artes ou entretenimento
 - iv. Cultural
 - v. Bar ou casa noturna
 - b. RSC
 - i. Educacional
 - ii. Ambiental/Agricultura
 - iii. Saúde ou bem-estar social da comunidade
 - iv. Prevenção do tabagismo juvenil
 - v. Assistência em caso de desastre ou crise
6. Liste os copatrocinadores:
7. Tabaco ou produtos relacionados ao tabaco foram vendidos no evento?
8. Produtos gratuitos ou amostras foram distribuídos?
9. Cupons foram distribuídos?
10. Foram coletadas informações sobre os clientes (p. ex.: nome, endereço, endereço de e-mail, preferência por fumar)?

Colaboradores

AUTORES

Campaign for Tobacco-Free Kids

Ellen Feighery, MS

Ernesto Sebríe, MD, MPH

Instituto para Controle Global do Tabaco (Institute for Global Tobacco Control), Escola de Saúde Pública Bloomberg, Universidade Johns Hopkins (Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health)

Joanna Cohen, PhD

Ashley Grant, MPH

Asim Khan, MA

International Union Against Tuberculosis and Lung Disease

Ehsan Latif, MD, MPH

REVISORES

Ayodeji Awopegba, DMD, MPH

Shuang Ren, MS

Verónica Schoj, MD

AGRADECIMENTOS

A criação deste guia foi um esforço coletivo entre as organizações Campaign for Tobacco-Free Kids, a Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health e a International Union Against Tuberculosis and Lung Disease. Os recursos para a publicação deste documento foram fornecidos pela Bloomberg Philanthropies, como parte da Iniciativa Bloomberg para Redução do Uso de Tabaco.

Esta publicação encontra-se disponível em:

www.globaltobaccocontrol.org

www.jhsph.edu/igt

Para obter mais informações, entre em contato com:

Institute for Global Tobacco Control

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205

igt@jhu.edu