

## Embalagem e informações para os consumidores nos maços de cigarros

### I - INTRODUÇÃO

“Os cigarros são os únicos produtos de consumo no mercado que matam metade de seus consumidores regulares ao serem consumidos conforme as instruções do fabricante.” Dr. Gro Brundlandt.

As duas características fundamentais mais importantes dos cigarros são 1) causam dependência extrema e 2) matam metade dos seus consumidores regulares<sup>1</sup>. Devido a essas características únicas dos produtos de tabaco e ao número estrondoso de mortes causadas pelo seu consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, a OMS convocou seus países membros para negociar o primeiro tratado global de saúde pública, a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT), que entrou em vigor em fevereiro de 2005 e até a data de hoje conta com mais de 150 ratificações.

Dentre uma série de medidas previstas no tratado temos o artigo 11 que trata da embalagem e etiquetagem de produtos de tabaco. Segundo os princípios básicos do código de defesa do consumidor a embalagem de qualquer produto deve oferecer informação adequada e relevante para que o consumidor possa tomar uma decisão informada e consciente sobre as características e possíveis impactos do consumo do produto em questão.

O presente documento discute o que é informação relevante e adequada no caso da embalagem e etiquetagem de produtos de tabaco, tendo como base as principais evidências científicas sobre o tema.

### II – O QUE DIZ A CONVENÇÃO QUADRO SOBRE O CONTROLE DO TABACO COM RELAÇÃO À EMBALAGEM E ETIQUETAGEM DE PRODUTOS DE TABACO

Artigo 11 da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT).<sup>2</sup>

“Embalagem e etiquetagem de produtos de tabaco

1. Cada Parte, em um período de três anos a partir da entrada em vigor da Convenção para essa Parte, adotará e implementará, de acordo com a sua legislação nacional, medidas efetivas para garantir que:

a) a embalagem e a etiquetagem dos produtos de tabaco não promovam produto de tabaco de qualquer forma que seja falsa, equivocada ou enganosa, ou que possa induzir ao erro, com respeito as suas características, efeitos para saúde, riscos ou emissões, incluindo termos ou

expressões, elementos descritivos, marcas de fábrica ou de comércio, sinais figurativos ou de outra classe que tenham o efeito direto ou indireto, de criar a falsa impressão de que um determinado produto de tabaco é menos nocivo que outros. São exemplos dessa promoção falsa, equívoca ou enganosa, ou que possa induzir a erro, expressões como “low tar” (baixo teor), “light”, “ultra light” ou “mild”(suave); e

b) cada carteira unitária e pacote de produtos de tabaco, e cada embalagem externa e etiquetagem de tais produtos também contenham advertências descrevendo os efeitos nocivos do consumo do tabaco, podendo incluir outras mensagens apropriadas. Essas advertências e mensagens:

(i) serão aprovadas pela autoridade nacional competente;

(ii) serão rotativas;

(iii) serão amplas, claras, visíveis e legíveis;

(iv) ocuparão 50% ou mais das principais áreas expostas e em nenhum caso menos que 30% daquela superfície;

(v) podem incluir imagens ou pictogramas.

2. Cada carteira unitária e pacote de produtos de tabaco e cada embalagem externa e etiquetagem de tais produtos deverá conter, além das advertências especificadas no parágrafo 1(b) do presente Artigo, informações sobre os componentes e as emissões relevantes dos produtos de tabaco, tais como definidos pelas autoridades nacionais competentes.

3. Cada Parte exigirá que as advertências e a informação especificada nos parágrafos 1(b) e 2 do presente artigo figurem – em cada carteira unitária, pacote de produtos de tabaco, e em cada embalagem externa e etiquetagem de tais produtos – em seu idioma, ou em seus principais idiomas.

4. Para os fins desse Artigo, a expressão “embalagem externa e etiquetagem”, em relação a produtos de tabaco, aplica-se a qualquer embalagem ou etiquetagem utilizadas na venda no varejo de tais produtos.”

### III – O QUE DIZ A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA SOBRE EMBALAGEM E ETIQUETAGEM

A legislação brasileira garante o direito do consumidor à informação desde o âmbito da Constituição Federal. No Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei 8.078/1990, o direito à informação ali disciplinado tem por objetivo garantir que o consumidor faça escolhas corretas de forma esclarecida, bem como protegê-lo de riscos à saúde e à vida. Assim, a informação adequada e clara, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço do produto, conforme previsto no art. 6º, III, do CDC, não implica em que haja obrigatoriedade de se indicar os níveis ou números de emissões e constituintes do cigarro

se tal informação nada esclarece ao consumidor. Muito ao contrário, o induz a erro por acreditar que números menores de emissão poderiam ser menos maléficos à saúde.

Frise-se que a Resolução RDC 355 de 21/11/2001, da Anvisa, alterou Resolução anterior que previa a obrigatoriedade de que constassem os níveis ou números de emissões nos maços, deixando tal informação como faculdade do fornecedor.

Em adição, toda e qualquer informação sobre os riscos relacionados ao fumo devem constar das embalagens de forma a adequadamente informar o consumidor sobre o riscos que o produto traz.

#### **IV - EVIDÊNCIAS CIENTÍFICAS SOBRE O QUE E COMO INFORMAR O CONSUMIDOR**

A embalagem de produtos do tabaco serve como o principal elo de comunicação com o consumidor de tabaco e é utilizada tanto pela indústria do tabaco como pelas autoridades reguladoras. Diretrizes sobre embalagem e etiquetagem estão nesse momento sendo negociadas pelas Partes da CQCT<sup>3</sup>.

Hoje temos uma quantidade enorme de evidências que fornecem as bases para definir os melhores critérios para informar os consumidores sobre o consumo de produtos derivados do tabaco através das embalagens, objeto de escrutínio do Artigo 11 da CQCT.<sup>4</sup>

A revisão da literatura sobre o tema somada às experiências concretas já adotadas e avaliadas por uma série de países conclui que as principais medidas a serem adotadas para informar os consumidores sobre os produtos de tabaco são:

### **1. Mensagens de advertência nas embalagens**

#### **As mensagens de advertência funcionam?**

Sim, a embalagem é o principal veículo de informação para o consumidor, e mais fumantes reportaram receber informações sobre os perigos do cigarro através dos maços do que através de qualquer outro meio de comunicação, exceto pela televisão, em países como EUA, Canada, Reino Unido e Inglaterra.<sup>5</sup>

Advertências são também uma medida de saúde pública altamente efetiva na relação custo-benefício e têm impacto e abrangência enormes. O fumante de um maço ao dia está potencialmente exposto às advertências 7000 vezes por ano. Não fumantes, incluindo crianças e adolescentes, também reportaram exposição elevada e consciência das advertências.<sup>6</sup>

#### **O tamanho e localização das advertências importam**

O tamanho e a localização das advertências são críticos para a sua efetividade. Pequenas advertências, sem contraste com o fundo, na lateral das embalagens, quase não têm impacto.

Advertências grandes, posicionadas na parte superior das principais faces da embalagem, são mais lembradas e percebidas.<sup>7</sup>

As mensagens devem ser regularmente atualizadas para manter sua efetividade ao longo do tempo. Mensagens de advertência devem ser atualizadas a cada dois anos para manter o seu impacto.<sup>8</sup>

Associar campanhas de saúde pública com as mensagens de advertência pode trazer um reforço positivo para ambas medidas.

## **As imagens são mais efetivas do que mensagens de texto?**

Sim, imagens aumentam o conhecimento e a vivacidade das comunicações em saúde e são consideradas mais efetivas e mobilizadoras do que advertências de texto<sup>9</sup>. Imagens de advertência estão associadas com maior conhecimento sobre saúde, percepções de risco, motivação para cessação, e comportamento de cessação.

As imagens de advertência são efetivas principalmente entre jovens: mais de 90% dos jovens canadenses concordam que as imagens de advertência nos maços lhes forneceram informação importante sobre os efeitos do fumo na saúde, são precisas e tornam fumar menos atraente.<sup>10</sup>

As imagens de advertência são essenciais para atingir fumantes de menor escolaridade e analfabetos além de contribuir para reduzir as disparidades no conhecimento sobre saúde.

## **Imagens assustadoras de doenças são efetivas?**

Sim. Imagens que trazem à tona emoções através de imagens gráficas de riscos à saúde tendem a ser mais lembradas e percebidas como efetivas por fumantes. Imagens que não incluem mensagens assustadoras falham em comunicar os impactos reais do fumo sobre a saúde de forma honesta e direta.<sup>11</sup>

Não há evidência que associe as imagens de advertência com efeitos adversos como aumento da prevalência de fumantes ou queda na credibilidade das mensagens.

Informação adicional que ofereça motivação, apoio e informação sobre como parar de fumar devem acompanhar as imagens de advertência. Essa recomendação encontra forte respaldo no arcabouço teórico e pesquisas sobre comunicação efetiva em saúde.<sup>12</sup>

Imagens de advertência que incluem informação sobre serviços de cessação – a exemplo de um “disque pare de fumar” – têm um impacto significativo na utilização desses serviços e são uma medida de baixo custo para apoiar os esforços de fumantes para deixar de fumar.<sup>13</sup>

## **O público apóia as imagens de advertência?**

Sim, há um forte apoio popular às imagens de advertência, inclusive entre os próprios fumantes. A grande maioria dos fumantes gostaria de mais informações nas embalagens,

incluindo os fumantes que vivem em países que já adotaram imagens de advertência, a exemplo do Brasil, Canadá, Tailândia e Uruguai, entre outros.<sup>14</sup>

Em Pesquisa Datafolha realizada em 2002, 83% dos entrevistados concordaram que as imagens de advertência informam o consumidor de forma adequada.<sup>15</sup>

## EM RESUMO

- ⊗ Imagens de advertência grandes são um meio eficiente de comunicar sobre os perigos do tabagismo para os fumantes
- ⊗ Advertências que combinam imagens e informação sobre como buscar apoio para cessação do tabagismo são as mais eficientes
- ⊗ Imagens de advertência grandes têm credibilidade e têm apoio tanto de fumantes como de não fumantes.

## 2. Informações sobre emissões e constituintes dos cigarros

### O que são constituintes e emissões?

Constituintes se referem às substâncias encontradas nos produtos do tabaco e na fumaça e emissões se referem a quantidade dessas substâncias.

A fumaça do cigarro contém aproximadamente 4000 substâncias químicas, incluindo 60 carcinogênicos e toxinas como formaldeído, benzênico e cianureto.<sup>16</sup> Embora haja um consenso de que as embalagens de cigarro devam fornecer alguma informação sobre essas toxinas, as autoridades reguladoras continuam em busca da melhor forma de comunicar essa informação de uma maneira compreensível e útil para os consumidores.

Tradicionalmente os reguladores vinham requerendo que os fabricantes imprimissem os níveis de emissão de três substâncias (alcatrão, nicotina e monóxido de carbono) na parte lateral das embalagens. Essa continua sendo a prática mais comum na maior parte do mundo. Contudo, pesquisas revelam que essa prática tem contribuído para confundir fumantes e induzi-los a erro de avaliação sobre os riscos do cigarro<sup>17</sup>.

### Níveis ou números de emissões esclarecem algo ao consumidor?

Níveis ou números de emissão de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono são **enganosos**. Não representam nem a quantidade dessas substâncias presentes no cigarro nem as quantidades que são efetivamente ingeridas pelos fumantes. Os níveis de emissão são determinados por uma máquina que “fuma” cigarros de acordo com um programa de tragadas

fixo.<sup>i</sup> Essas máquinas não conseguem medir a fumaça realmente inalada pelo fumante individual e tampouco consideram elementos do design dos cigarros como “ventilação no filtro” – micro buracos no filtro que nas máquinas revelam níveis de emissões mais baixos e níveis muito mais altos quando fumados por humanos. Parte da explicação vem do fato de que ao segurar o cigarro os fumantes tapam esses buracos. O resultado disso é que **não há associação** entre os números gerados pelas máquinas, os números impressos nos maços e os riscos das diferentes marcas de cigarros.<sup>18</sup>

## Como os fumantes interpretam os números de emissões?

Os números de emissões impressos nos maços são os mesmos números que as empresas de tabaco utilizam, nos países onde tal prática não é vedada, para fazer propaganda enganosa de cigarros de “baixos teores” como sendo uma alternativa a parar de fumar.

Imprimir números de emissões nas embalagens reforça essa campanha de marketing enganoso e a **falsa crença** que cigarros de baixos teores são menos nocivos. Como demonstrado em pesquisas realizadas na Austrália, Canadá, EUA e Reino Unido <sup>19</sup>:

- ⊗ 75% dos fumantes australianos, canadenses, norte-americanos e britânicos acreditam que o número de emissão de alcatrão impresso nos maços está relacionado com a exposição à substância.
- ⊗ Entre os fumantes que acreditam que algumas marcas são menos nocivas do que outras, 81% acreditam que os números de alcatrão e nicotina indicam marcas menos nocivas.
- ⊗ Em pesquisa realizada com duas marcas de cigarros da união européia, 92% dos fumantes reportaram que o produto de 4mg emitiria menos alcatrão do que o produto de 10mg e 90% reportaram que comprariam o produto de 4mg se estivessem tentando reduzir os riscos à sua saúde.

---

<sup>i</sup> A origem das máquinas para medição de níveis de emissões de constituintes dos cigarros datam dos anos 60, quando a FTC (Federal Trade Commission) – Comissão de Comércio Federal dos EUA, autoridade responsável por proteger o consumidor de práticas corporativas fraudulentas e enganosas, passou uma regulamentação exigindo informação sobre níveis de emissões. Em princípio a indústria contestou a regulamentação mas como perdeu a briga passou ela mesma a fazer as medições e enviar para a autoridade reguladora que então conferia as informações. A ISO também desenvolveu uma metodologia para medições e durante aproximadamente três décadas acreditou-se que as máquinas forneciam uma medida adequada para diferenciar níveis de exposição às constituintes de cigarros. A partir dos anos 80 medições feitas por máquinas utilizando os protocolos ISO/FTC passaram a ser contestadas pelas autoridades científicas por não conseguirem reproduzir o comportamento dos fumantes e muito menos os impactos no organismo de um ser humano.

Por esse motivo, regulamentações que requerem número de emissões impressos nos maços não somente são ineficientes como nocivas para as praticas regulatórias.

Autoridades científicas, incluindo o grupo de trabalho da Organização Mundial de Saúde (OMS) sobre regulamentação de produtos derivados do tabaco, recomendam que todos e quaisquer números de emissões sejam **removidos** das embalagens<sup>20</sup> devido ao seu potencial enganoso. A mesma lógica é válida para a impressão de data de validade nas embalagens de produtos de tabaco, pois passam a falsa impressão de que são produtos liberados para consumo pela agência reguladora até a data informada. Vale ressaltar que a ANVISA não libera o cigarro para consumo, somente registra as marcas em comercialização no mercado para efeito de regulamentação e fiscalização das empresas de tabaco.

## Se os números de emissões forem removidos que informação poderia substituí-los?

Estudos demonstram que informações descritivas sobre emissões e constituintes são de mais fácil compreensão e menos suscetíveis a criar falsas impressões sobre os riscos de diferentes produtos do que números. Vários países, incluindo o Brasil, Venezuela, Austrália e Tailândia já substituíram números de emissões por mensagens descritivas. Esse tipo de mensagem descreve constituintes do produto e seus impactos ao ser consumido, a exemplo da mensagem nas embalagens no Brasil: “Este produto contém mais de 4700 substâncias tóxicas. Nicotina que causa dependência física ou psíquica. Não existem níveis seguros para consumo dessas substâncias”, e na Austrália: “Fumar te deixa exposto a mais de 40 substâncias nocivas. Essas substâncias danificam as veias, células e o seu sistema imunológico. Pare de fumar agora e reduza os seus riscos de doenças crônicas e morte prematura”. As mensagens descritivas na face lateral dos maços devem ser rotativas e renovadas periodicamente. Testes com grupos focais também podem ser utilizados para identificar quais tipos de informação sobre constituintes e emissões são melhores para se comunicar com fumantes.<sup>21</sup>

Regulamentações de embalagem e etiquetagem devem **proibir** que os fabricantes imprimam os números de emissões e constituintes voluntariamente nos maços. No caso brasileiro os fabricantes imprimem os números voluntariamente já que a norma determina que essa informação é facultativa, conforme Resolução - RDC Nº 335, de 21 de novembro de 2003 da ANVISA.

## EM RESUMO

- ⊗ Não há diferenças nos riscos a saúde entre diferentes marcas de cigarros, inclusive entre os supostos altos e baixos teores.
- ⊗ Imprimir números de emissões de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nos maços é fornecer informação enganosa e nociva.

- ⊗ Todos os números de emissões nos maços devem ser removidos e substituídos por informações descritivas

### 3. Proibindo informação enganosa nas embalagens de produtos de tabaco

As embalagens de produtos de tabaco são um canal de comunicação direto com o consumidor e servem como uma fonte de marketing e publicidade vital para a indústria do tabaco. O design da embalagem é utilizado principalmente para reforçar a imagem da marca, minimizar percepções de risco e comunicar **diferenças enganosas** sobre risco entre diferentes marcas.<sup>22</sup>

#### Descritores de marcas

As embalagens incorporam uma variedade de palavras nos nomes de suas marcas de cigarro para formar as percepções dos consumidores. Termos como *light*, baixos teores, suaves e outros são utilizados ostensivamente para conotar sabor e aroma; no entanto, essas marcas de chamados baixos teores são freqüentemente promovidas como mais saudáveis e se aplicam a marcas com ventilação no filtro que geram emissões de alcatrão menores nas medições com as máquinas. Essas palavras são inerentemente enganosas para os consumidores e promovem a falsa impressão de que marcas “*light*” oferecem exposição e riscos menores se comparadas a outras marcas.

Pesquisas nos documentos internos da indústria indicam que esses descritores são direcionados para fumantes preocupados com a saúde e podem retardar ou evitar a decisão de deixar de fumar.<sup>23 24</sup>

Alguns países proibiram palavras como *light*, *mild*, baixos teores, a exemplo do Brasil. No caso do Brasil os fabricantes substituíram as palavras por um sistema de cores e por nomes de sabores e fizeram uma ampla campanha de mídia para comunicar as mudanças aos consumidores no período que tiveram para se adaptar à lei. Essas modificações têm o mesmo efeito enganoso que os termos *light* e baixos teores entre os consumidores. Outros países, a exemplo do Canadá, substituíram os termos *light* e *mild* por termos como *smooth* (suave) e *silver* (prata): um estudo recente demonstrou que mais de 70% dos fumantes reportaram que embalagens com esses termos ou nomes de cores conteriam produtos menos nocivos à saúde do que embalagens com os termos *regular* (regular) ou *full flavour* (sabor completo).<sup>25</sup>

Embalagens com referências a sistemas de filtragem especial também passam a mesma falsa impressão. Essas referências nas embalagens não significam absolutamente nada em termos de riscos reais, no entanto, conforme consta nos documentos internos da indústria do tabaco, a ilusão de filtragem melhorada e tecnologia dá uma falsa tranquilidade aos fumantes<sup>26</sup>



## **Cores e imagens**

Cores são utilizadas rotineiramente nas embalagens para formar percepções de risco entre os consumidores. Pesquisas indicam que os fumantes associam “suavidade” e “força” de uma marca a diferentes cores. Por exemplo, tons de azul são percebidos como mais “suaves” do que tons de vermelho e tons de cinza e branco são percebidos como sendo os “mais suaves de todos”<sup>27</sup>. Diferentes tons de uma mesma cor assim como a proporção de espaço branco na embalagem podem ser utilizados para manipular percepções de teores. As embalagens de cigarro no mundo inteiro são incrivelmente consistentes na aplicação desses princípios básicos.

## **Embalagem Genérica**

Remover as cores, imagem de marca e logotipos das embalagens tem um poder extraordinário de reduzir a seu poder de atração e apelo principalmente entre os jovens. Embalagens genéricas também aumentam a credibilidade e a lembrança das imagens de advertência nas embalagens. Em geral, qualquer medida que contribua para padronizar a embalagem de diferentes marcas – incluindo restrições sobre o tipo de fonte e o formato das embalagens – ajudaria a minimizar o potencial de enganar os consumidores das embalagens.

## **EM RESUMO**

- ⊗ Embalagens de produtos de tabaco enganam os consumidores sobre os reais riscos do produto
- ⊗ Termos como “light”, baixos teores e suave são inerentemente enganosos e devem ser proibidos, no entanto as proibições devem abranger outras formas de enganar o consumidor como cores e marcas.
- ⊗ Regulamentação que padronize a aparência das embalagens reduziria o potencial enganador das embalagens e aumentaria a eficiência das imagens de advertência.

## **Conclusão**

O Artigo 11 da CQCT é uma provisão chave para o sucesso de políticas de controle do tabagismo no que tange ao fornecimento de informações precisas, honestas e adequadas aos consumidores. Com base no acúmulo de evidências científicas sobre o tema pode-se afirmar que no caso das embalagens de produtos de tabaco é necessário trabalhar no sentido de adotar legislação e regulamentação que obrigue os fabricantes de produtos de tabaco a: 1) fornecer informações sobre os riscos reais de fumar através de imagens de advertência e informação descritiva determinadas pelas autoridades reguladoras, 2) suprimir qualquer referência a níveis ou números de emissões e data de validade nas embalagens; 3) comercializar os produtos de tabaco em embalagens padronizadas sem nenhum elemento que

possa vir a enganar e/ou confundir os consumidores sobre os impactos das constituintes do cigarro no organismo humano.

## Notas e referências:

- <sup>1</sup> MPOWER, relatório da OMS sobre a epidemia do tabagismo, 2008, disponível online em: [www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower\\_report\\_full\\_2008.pdf](http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf)
- <sup>2</sup> Texto da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco encontra-se disponível na íntegra no site do INCA [www.inca.gov.br/tabagismo](http://www.inca.gov.br/tabagismo)
- <sup>3</sup> Reunião realizada na Sede da OPAS em Brasília em 4 e 5 de março de 2008 para elaborar um texto final a ser submetido a análise e aprovação na COP3 (Conferência das Partes) a ser realizada em novembro de 2008 na África do Sul. A primeira reunião foi realizada em Manila, Filipinas entre 7 e 9 de novembro de 2007.
- <sup>4</sup> Texto traduzido e adaptado para o português. David Hammond, "Tobacco Labelling and packaging: a review of evidence", Universidade de Waterloo, Canadá, Novembro de 2007.
- <sup>5</sup> Hammond D et al. *Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smokers: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey*. Tobacco Control 2006; 15 (Suppl III): iii 19-iii25.
- <sup>6</sup> Health Canada. *The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages Survey of adults and adult smoker: Wave 9 surveys*. Prepared by Environics Research Group, Jan 2005.
- <sup>7</sup> Strahan EJ et al. Enhancing the effectiveness of tobacco and health warning labels: a social psychological perspective Tobacco Control 2002; 11(3):183-90
- <sup>8</sup> Hammond D et al. Text and Graphic warnings on cigarette packages; American Journal of Preventive Medicine 2007; 32 (3): 202-209
- <sup>9</sup> Environics Research Group. Testing New Health Warning Messages for cigarette packs: A Summary of Three Phases of Focus Group Research: Final Report. Prepared for Health Canada; 2000.
- <sup>10</sup> Health Canada. The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages. January 2005.
- <sup>11</sup> Elliot & Shanahan (E&S) Research. Developmental Research for new Australian health warnings on tobacco products stage 2. Prepared for: The Australian Population Health Division, Department of Health and Ageing, August 2003.
- <sup>12</sup> Witte K, Allen M. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education and Behavior* 2000; 27: 591-615
- <sup>13</sup> Elliot & Shanahan (E&S) Research. Developmental Research for new Australian health warnings on tobacco products stage 2. Prepared for: The Australian Population Health Division, Department of Health and Ageing, August 2003.

- 
- <sup>14</sup> Hammond D et al. Graphic cigarette package warning labels do not lead to adverse outcomes: Evidence from Canadian smokers. *American Journal of Public Health* 2004; 94(8): 1442-45.
- <sup>15</sup> [http://datafolha.folha.uol.com.br/po/fumo\\_21042002.shtml](http://datafolha.folha.uol.com.br/po/fumo_21042002.shtml)
- <sup>16</sup> Hoffmann I., Hoffmann D. *The changing cigarette: chemical studies and bioassays* (Boyle P, Gray N, Henningfield J, Sefrin J, Zatonski W Eds.) Oxford University Press. New York; 2004: p.53-92
- <sup>17</sup> WHO Scientific Advisory Committee on Tobacco, SACTob Conclusions on Health Claims Derived from ISO/FTC Method to Measure Cigarette Yield”, 2002 p.4 available online at [http://www.who.int/tobacco/global\\_interaction/tobreg/en/iso\\_ftc\\_en.pdf](http://www.who.int/tobacco/global_interaction/tobreg/en/iso_ftc_en.pdf)
- <sup>18</sup> US Department of Health and Human Services. Risks associated with smoking cigarettes with low machine measured yields of tar and nicotine. Bethesda, MD, USA: US Department of Health and Human Services, Public Health Services, National Institutes of Health; National Cancer Institute, 2001.
- <sup>19</sup> Hammond et al. Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. Wave 5 Data; 2007.
- <sup>20</sup> WHO Study Group on Tobacco Product Regulation. Guiding principles for the development of tobacco research and testing capacity and proposed protocols for the initiation of tobacco product testing, 2004.
- <sup>21</sup> Health Canada. Toxics information on cigarette packaging: Results of a survey of smokers. May 2003.
- <sup>22</sup> Pollay RW, Dewhirst T. The dark side of marketing seemingly “light” cigarettes: successful images and failed fact. *Tobacco Control* 2002; 11 (Suppl 1):i18-31
- <sup>23</sup> US Department of Health and Human Services: Risks associated with smoking cigarettes with low machine measured yields of tar and nicotine. Bethesda, MD, National Cancer Institute 2001
- <sup>24</sup> Ling PM, Glanz SA. Tobacco Industry research on smoking cessation: recapturing young adults and other recent quitters. *J Gen Intern Med* 2004; 19 (Pt1): 419-26
- <sup>25</sup> Hammond D. The Case for Plain Packaging: Labeling practices for tobacco smoke emissions. National Conference on Tobacco or Health; Oct. 2007, Edmonton, AB. Canadá.
- <sup>26</sup> Kozlowski LT, Dreschel NA, Stellman SD, Wilkenfeld J, Weiss EB, Goldberg ME. An extremely compensatable cigarette by design: documentary evidence on industry awareness and reactions to the Barclay filter design cheating the tar testing system. *Tob Control* 2005; 14(1): 64-70.
- Dunn WL, Johnston ME. Market potential of a health cigarette. Jun 1966. Bates No.1000338644/8653. <http://tobaccodocuments.org/landman/100338644/8671.html>
- <sup>27</sup> Wakefield M, Morley C, Horan JK, Cummings KM. The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents. *Tob Control* 2002 Mar;11 Suppl 1:73-80
- [www.igloo.org/tobacco\\_labelling](http://www.igloo.org/tobacco_labelling)
- [www.tobaccolabels.org](http://www.tobaccolabels.org)