

## VERDADES E MENTIRAS SOBRE OS CIGARROS *LIGHT*

### 1. OS MÉTODOS ATUALMENTE UTILIZADOS PARA CLASSIFICAR OS TEORES DE ALCATRÃO NÃO REFLETEM A REAL EXPOSIÇÃO DO FUMANTE ÀS SUBSTÂNCIAS TÓXICAS DOS CIGARROS:

- **O desenho dos cigarros de baixos teores.** Apesar de diversos tipos de mudanças na manufatura de cigarros terem contribuído para o desenvolvimento de cigarros de "baixos teores" de alcatrão e nicotina, a ventilação do filtro foi a principal inovação feita na construção dos cigarros de baixos teores. Os dispositivos de ventilação dos filtros geralmente correspondem a um ou mais anéis de orifícios ou perfurações, que servem para diluir a fumaça com ar, e assim reduzir a concentração das emissões de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.
- **O fenômeno de compensação do fumante.** Várias pesquisas mostram que uma forma do fumante compensar a redução da emissão de nicotina devido a essa diluição é aumentar o volume da fumaça inalada. Assim, ao mudar de uma marca de teor regular para outra de baixo teor, o fumante passa imediatamente a compensar através de mudanças na forma de fumar, visando obter a quantidade de nicotina necessária para satisfazer a sua dependência. Essa compensação é feita inalando mais profundamente, fechando os poros dos filtros com os dedos ou com os lábios, deixando uma ponta de cigarro menor do que deixava anteriormente, ou mesmo aumentando o número de cigarros fumados. Os próprios documentos internos da indústria do tabaco mostram que esse mecanismo de compensação é reconhecido e demonstrado através de pesquisas.
- **A irreabilidade dos métodos para mensurar os teores.** As mensurações para determinar os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono são feitas por testes padronizados em máquinas de fumar, comumente referidos como método FTC, baseado no protocolo da Federal Trade Commission. O protocolo da máquina de fumar simula uma maneira precisa de fumar fixando o volume das tragadas, os intervalos entre as tragadas, a duração das tragadas e o comprimento da ponta de cigarro remanescente. No entanto, várias pesquisas, inclusive realizadas pela própria indústria do tabaco, mostram que o método FTC para classificação dos teores dos cigarros não traduzem a realidade da exposição do fumante às substâncias tóxicas emitidas durante o ato de fumar, devido ao fenômeno de compensação descrito acima. Mais recentemente a própria FTC repudiou a falta de significado desses números e o próprio método de análise.
- **As falsas sensações de “suavidade” provocada pelos “baixos teores”.** Se o fumante de cigarros de baixo teor aumenta o volume das suas tragadas, ele receberá mais fumaça junto com mais ar. Essa tragada mais volumosa e mais diluída pode causar uma sensação de maior suavidade para o fumante, quando comparada com uma tragada de volume menor e mais concentrado de fumaça de um cigarro não ventilado ou menos ventilado, embora ambos tendo emissões equivalentes de nicotina, alcatrão e monóxido de carbono. Esse efeito de “suavizar” o sabor ou reduzir a sensação irritante do sabor pode ser uma das importantes razões para a percepção de “suavidade” nos cigarros de baixos

teores. (Kozlowski, L.T., O'Connor, R.J. Sweeney, C.T. 2001; Benowitz, N. 2001; Thun, M.J., Burns, D.M. 2001; Canadian Ministerial Advisory Council, 2001; Shiffman et al, 2001).

- **A ação do governo do Canadá.** O governo do Canadá realizou uma pesquisa para avaliar a influência dos mecanismos compensatórios do fumante na absorção de alcatrão. Para esse fim, utilizou uma versão modificada da metodologia FTC visando simular o comportamento humano de fumar. Nessa metodologia modificada foram adotados alguns padrões compensatórios do fumante, como a obliteração dos orifícios dos filtros, o aumento do volume das tragadas, etc. Todas as marcas de cigarros apresentaram teores de alcatrão superiores às apresentadas pelo método FTC. Devido a essa constatação, atualmente o governo do Canadá divulga nos maços de cigarros a variação dos teores (medidos em máquinas de fumar pelo método FTC e pela versão modificada mencionada acima).

FIGURA 1: Maço de cigarros canadense com a descrição das variações entre os teores de alcatrão, nicotina, monóxido de carbono, formaldeído, benzeno e ácido cianídrico analisados em máquinas de fumar.



- **O posicionamento secreto da indústria sobre o assunto em seus documentos internos.** Os documentos secretos da indústria do tabaco, que encontram-se em litígio, mostram claramente que há muito tempo a própria indústria do tabaco tinha conhecimento sobre essa realidade.

*“ a forma de fumar dos seres humanos é diferente da forma de simulação das máquinas de fumar quanto a frequência das tragadas, a intensidade das baforadas e isto varia de pessoa a pessoa ”* (Canadian Tobacco Industry, 1969)

In: <http://www.ash.org.uk/>

*“ ... quaisquer que sejam as características dos cigarros determinadas por máquinas de fumar, o fumante ajusta seu padrão para atender suas próprias necessidades de nicotina ”* (British American Tobacco – subsidiária alemã – Research Conference, 1974). In: <http://www.ash.org.uk/>

*“ Algumas observações não são esperadas em relação ao comportamento do fumante e o alcatrão e a nicotina. Geralmente as pessoas fumam de tal forma que elas obtêm mais do que o previsto pelas máquinas de fumar. Isso é especialmente verdadeiro para a diluição dos cigarros (isto é, baixo nível de alcatrão e baixo nível de nicotina)...O teste padronizado pelo FTC – Federal Trade Commission, deve ser mantido: ele fornece níveis baixos ”.* (Philip Morris, docs. Internos, 1974) In: <http://www.ash.org.uk/>

*" Dados sobre o perfil do fumante relatados anteriormente, indicam que os cigarros "Marlboro lights" não são fumados como os "Marlboros regulares". De fato, 85 fumantes de "Marlboro" deste estudo não conseguiram qualquer redução na inalação da fumaça ao fumar um cigarro "Marlboro lights".* (Philip Morris, doc. interno assinado por L. Meyer 1975). In: <http://www.ash.org.uk/>

*“... é difícil ignorar as advertências das autoridades de saúde que advertem aos fumantes para que deixem de fumar ou para que mudem para uma marca de baixo teor. Mas existem atualmente evidências suficientes para questionar essa advertência de mudar para uma marca de baixo teor, pelo menos no curto prazo. Em geral a maioria dos fumantes habituais compensam a alteração dos teores, se eles mudam para uma marca de teor mais baixo. ”* (Creighton, D.E. Compensation for changed delivery. British American Tobacco Company. June 27, 1978. Minnesota Trial Exhibit 11.089 citado por Kozlowski, 2001).

*“1) Alguma preocupação tem sido expressa a respeito da obrigação moral da Phillip Morris (e talvez da indústria do tabaco) para revelar ao FTC o fato de que alguns fumantes de cigarros podem obter mais alcatrão do que o avaliado pelo método da Federal Trade Commission (FTC) para um dado cigarro....2) Eu acredito que não deve haver tal preocupação, pelo menos sob o aspecto da moralidade. É óbvio que o Department of Health, Education, and Welfare (hoje o Department of Health and Human Services) sabe que os fumantes variam quanto as suas tragadas. Caso contrário eles não estimulariam os fumantes a diminuir suas tragadas. Existem artigos publicados que mostram que diferentes padrões de tragadas no mesmo cigarro liberarão diferentes quantidades de alcatrão.”* (Fagan, R. to Wakeham, H. March 7, 1974. Memo by R. Fagan. Moral issue on FTC tar. Bates n.º 1000211075. Citado por Kozlowski et al 2001)

## **2. O CONSUMO DE CIGARROS DE BAIXOS TEORES NÃO REDUZIRAM OS RISCOS DE ADOECIMENTO E MORTES ENTRE SEUS CONSUMIDORES.**

- Uma das mais importantes revisões feitas pelo National Institute of Health dos Estados Unidos sobre riscos associados com o consumo de cigarros de baixos teores de alcatrão e nicotina apresentou, dentre outras, duas grandes conclusões a respeito:

*“Estudos epidemiológicos e outras evidências científicas, incluindo o padrão de mortalidade por doenças causadas pelo tabagismo, não indicam benefícios para a saúde pública no que se refere as alterações no desenho ou manufatura de cigarros nos últimos 50 anos”* (Burns & Benowitz, 2001).

*“Não existem evidências convincentes de que alterações no desenho dos cigarros introduzidas entre 1950 e meados da década de 80 tenham resultado em uma importante redução no volume de adoecimento devido ao consumo de cigarros, tanto para os fumantes, como grupo quanto para a população como um todo* (Burns, D.M. et al, 2001).

*“A adoção disseminada dos cigarros de baixos teores nos Estados Unidos não evitou o continuado crescimento das taxas de câncer de pulmão entre fumantes mais antigos”* (Burns & Benowitz, 2001).

- **O posicionamento da indústria sobre o assunto, em seus documentos internos:**

*“Sem dúvida, é possível que o efeito de mudar para cigarros com baixos teores de alcatrão seja o de aumentar e não diminuir os riscos de se fumar.”* (Tobacco Advisory Council, 1979) In: <http://www.ash.org.uk/>

*“Devido a grande variedade de carcinógenos produzidos durante o processo de pirólise (reação química produzida pela queima de matérias orgânicas) é pouco provável que se possa chegar a uma forma completamente segura de fumar tabaco.”* (BAT, sem data) In: <http://www.ash.org.uk/>

### **3. O MARKETING ENGANOSO DOS BAIXOS TEORES DESESTIMULA OS FUMANTES A DEIXAREM DE FUMAR.**

- Um dos aspectos mais graves dessa questão é que o *marketing* desses produtos os tem apresentado como uma alternativa à cessação de fumar. O uso desses tipos de descritores oferecem uma falsa garantia de proteção e podem ser percebidos como um produto menos prejudicial, e portanto uma alternativa para a cessação de fumar. As propagandas dos baixos teores têm sugerido que não há necessidade de se deixar de fumar se o fumante fumar da forma certa. Através da associação dessas marcas com estilos de vida mais afluentes e com atividades intelectuais, é sugerido que a escolha por cigarros *light e mild* é feita pelas pessoas inteligentes (Pollay & Dewhirst, 2001; Shiffman et al, 2001; Canadian Ministerial Advisory Council, 2001).
- O National Institute of Health dos Estados Unidos em sua recente análise sobre riscos associados com o consumo de cigarros de baixos teores de alcatrão e nicotina também concluiu que:

*“Os dados epidemiológicos existentes não dão suporte a recomendação para que os fumantes mudem de marcas de cigarros. A recomendação de que indivíduos que não conseguem deixar de fumar deveriam mudar para cigarros de baixos teores pode causar dano, ao levar o fumante a adiar seus sérios esforços para deixar de fumar”* (Burns, D.M. et al , 2001).

- **O posicionamento secreto da indústria sobre o assunto, em seus próprios documentos internos:**

*“Todo trabalho nessa área (comunicação) deveria ser em direção a tranquilizar o consumidor a cerca dos cigarros e do hábito de fumar... através da divulgação dos baixos teores, estimulando a percepção de baixas emissões e de “suavidade”. Além do mais, a propaganda dos baixos teores ou das marcas tradicionais deveria ser construída de forma a não provocar ansiedade a respeito de questões de saúde, mas para alivia-la e permitir que o fumante sintam-se tranquilo a respeito do seu hábito e confiante em mantê-lo durante algum tempo”* (Short, P. L. Smoking & Health item 7 : The effect on marketing . British American Tobacco Co., Ltd., April 14, 1977 [030, Minnesota Litigation] citado por citado por Pollay & Dewhirst, 2001).

*“A maior parte da publicidade de outros produtos apresenta benefícios, valores, atributos, e resultados finais reais ou pelo menos aceitos a respeito do produto cuja venda está sendo promovida. A propaganda do cigarro não pode fazer o mesmo. Não existe nenhuma qualidade e atributo no cigarro que seja real, positivo, e absoluto e nenhum, mesmo o fumante mais devoto, poderia acreditar em qualquer glorificação ou mentira sobre ele... Quanto mais uma propaganda de cigarro é desacreditada ou quanto mais ela “combate” os mecanismos de defesa do fumante, mais o fumante se sente desafiado... O quadro, a situação apresentada e a cópia deveriam ser ambíguas o bastante para permitir o leitor se enquadrar na sua lógica ilógica que são resultantes de seus mecanismos de defesa”* (Marketing and Research Counselors, Inc. What have we

learned from people? A conceptual summarization of 18 focus group interviews on the subject of smoking. Prepared for Brown & Williamson, May 26, 1975 [020,ASH] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).

*" Os fumantes necessitavam de marcas light por razões tangíveis, práticas e lógicas.... É útil considerar os "light" como uma terceira alternativa à cessação de fumar e à redução do consumo – uma hibridização do produto com as tentativas infrutíferas dos fumantes para modificar seus hábitos por eles mesmos" (BAT. Research & development/marketing conference. Circa 1985. [081,PSC 60] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).*

*"Salem criou um completo e novo sentido para o mentol. A partir da herança que o mentol traz como solução para os problemas negativos do fumar, o mentol quase que instantaneamente tornou-se uma sensação positiva para o fumar. O mentol na forma de filtro na propagada do Salem foi uma experiência de sabor "refrescante". Ele pode ser visto como uma forte estratégia tranquilizadora para as preocupações pessoais. Indubitavelmente, a conotação medicinal do mentol trouxe o aspecto terapêutico, mas como um benefício de sabor positivo" (Cunningham and Walsh. [Advertising] Kool: 1933- 1980. A retrospective view of Kool. Brown & Williamson, November 10, 1908 [041, k0478] citado Pollay & Dewhirst, 2001).*

*"A maioria dos fumantes se vêem como dependentes... o fumante típico se sente culpado e ansioso a respeito do seu tabagismo mas impotente para controlá-lo" (Oxtoby-Smith, Inc. A psychological map of cigarette world. Prepared for the Ted Bates advertising agency and Brown &Williamson, August, 1967. [005, K0107] citado por citado Pollay & Dewhirst, 2001).*

*"Psicologicamente a maioria dos fumantes se sente aprisionada. Eles estão preocupados a respeito da saúde e da dependência. Os fumantes se preocupam com o que os comerciais dizem a respeito deles. A propaganda pode ajudar a reduzir a ansiedade e a culpa.... A imagem do usuário da marca pode ser crítica para influenciar a mudança de lealdade de marca" (Oxtoby-Smith, Inc. A psychological map of cigarette world. Prepared for the Ted Bates advertising agency and Brown &Williamson, August, 1967. [005, K0107] citado Pollay & Dewhirst, 2001).*

*"... Qualquer cigarro saudável deve estabelecer um compromisso entre implicações para a saúde por um lado e sabor e nicotina por outro... sabor e nicotina são ambos necessários para vender um cigarro. Um cigarro que não fornece nicotina não pode satisfazer o fumante dependente e não pode levar a dependência e certamente falharia." (Johnston, M. E.. Market potential of a health cigarette. Special Report n.º 248 Philip Morris, June 1966. [004, k0126] citado poro Pollay & Dewhirst, 2001).*

[As pessoas que fumam cigarros com filtro] “...podem ser receptivas a propaganda que as ajuda a escapar dos seus conflitos internos sobre o fumar” ( Oxtoby-Smith, Inc. *A psychological map of the cigarette world*. Prepared for Ted Bates advertising agency and Brown & Williamson, August, 1967. [005, K0107] citado Pollay & Dewhirst, 2001).

FIGURA 2: Estratégia de *marketing* das indústrias fumageiras.



#### 4. AS FALSAS PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE OS BAIXOS TEORES.

- Muitos estudos mostram que existem falsas percepções relacionadas aos cigarros de baixos teores. Pesquisas realizadas nos EUA e no Canadá e pela própria indústria do tabaco mostram que os fumantes que utilizam as marcas de baixos teores acreditam de forma errônea que estes proporcionam uma redução no risco de doenças. Esses estudos também demonstram que os consumidores acreditam erroneamente que os cigarros de baixos teores reduzirão sua absorção de alcatrão e de nicotina. Também mostram que uma grande proporção de fumantes estão conscientes apenas das classificações "Regular", "Light" e "Ultra Light", usadas para promover cigarros, e não a respeito do valor da emissão de alcatrão, o que mostra que esse tipo de classificação é usada como substituta desse valor para indicar o risco (Shiffman et al , 2001; Canadian Ministerial Advisory Council, 2001; Wiesnstein, 2001).

- **O posicionamento da indústria sobre o assunto, em seus documentos internos:**  
*“Ao discutir como um fumante pode limitar os riscos de sérias doenças sem na verdade deixar de fumar, os entrevistados claramente reconheceram o papel de cigarros de alta filtração... o mecanismo subjacente contra a aceitação das marcas de alta filtração nesse grupo etário é que a imagem desses cigarros é contrária a uma das motivações iniciais para fumar – parecer viril e forte”* (Keynyon & Eckhardt Advertising. Young Adult smoker life styles and attitudes. Prepared for Brown & Williamson, 1974. [ 018, k0028] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).

*“... É quase impossível saber se o sabor a que os fumantes se referem é alguma coisa que eles próprios atribuem aos cigarros ou apenas um ‘play back’ de algumas mensagens da publicidade”* (Marketing and Research Counselors, Inc. What have we learned from people? A conceptual summarization of 18 focus group interviews on the subject of smoking. Prepared for Brown & Williamson, May 26, 1975 [020,ASH] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).

*“Ao conversar com esses jovens fumantes sobre as diferentes marcas de cigarros que eles fumam, nós descobrimos que eles têm pouco conhecimento e, de fato, uma grande desinformação sobre os teores das marcas. Em todas as sessões, nenhum único entrevistado conhecia o nível de alcatrão e de nicotina do cigarro que ele ou ela fumava”* (Keynyon & Eckhardt Advertising. Young Adult smoker life styles and attitudes. Prepared for Brown & Williamson, 1974. [018, k0028] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).

*“Até agora, existe pouca consciência entre os fumantes sobre o conteúdo de alcatrão de suas marcas. Quando perguntados se eles conheciam o conteúdo específico em miligramas de alcatrão de suas marcas, a grande maioria (89%) disse que eles não sabiam... as impressões dos fumantes sobre se os conteúdos de alcatrão de suas marcas eram altos, moderados ou baixos estão mais nas marcas – embora ainda não muito acuradas”* (The Roper Organization, Inc. A study of smokers’ habits and attitudes with special emphasis on low tar cigarettes. Prepared for Philip Morris U.S. A . , May, 1976. [025, k0286] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).



## 5. A UTILIZAÇÃO DE CORES PARA PASSAR A MENSAGEM DE BAIXOS TEORES.

- A história do marketing dos cigarros de baixos teores nos EUA mostra que a indústria do tabaco tem utilizado cores, embalagens, imagens gráficas e descritores do tipo *light* e *mild* nas embalagens e propagandas de cigarros para comunicar direta ou indiretamente conotações de saúde. A cor e a intensidade das cores aplicadas numa mesma família de marcas seguem um espectro natural de intensidade, sendo as cores mais leves ligadas às marcas *light*. (Pollay & Dewhirst, 2001).

A maioria dos cigarros *Lights* e *Ultra Lights* têm sido apresentadas em embalagens puras brancas com o mínimo de adornos. Devido a importância das cores, a companhia de cigarros Brown & Williamson testou 33 embalagens antes de escolher a de cor azul, dourada e vermelha para sua marca Viceroy Rich Light (Pollay & Dewhirst, 2001).

No início da década de 60, a propaganda da marca Kent apresentou modelos vestida de branco com adereços brancos, num ambiente completamente branco. A campanha da marca Parliament, durante a maior parte da década de 90, abusou de modelos, todas em ambientes brancos, assim como em ambientes externos de conotação natural.

No Canadá, como a utilização da associação da propaganda com estilos de vida foi proibida, as cores e desenhos de maços de cigarros continuam a reforçar a noção de que algumas marcas são menos prejudiciais. Além da proibição dos descritores *light*, *ultra light*, *mild*, o Canadian Ministerial Advisory Council on Tobacco Control recomendou ao governo canadense que também seja proibido o uso de qualquer outra palavra, cor ou dispositivo que leve a uma percepção errônea de diferença nos riscos e/ou nas emissões de alcatrão/nicotina (Canadian Ministerial Advisory Council on Tobacco Control, 2001).

- **O entendimento da indústria sobre o assunto, em seus documentos internos:**

A tática de usar a cor e a imagem para dar a conotação de um produto "Light" tem sido usada há muito tempo desde a introdução do "Marlboro Light".

*"... Quando o "Marlboro Light" foi introduzido no mercado pela primeira vez em 1971... a propaganda era dramaticamente diferente.... primeiro usando execução de cores marca d'água, depois um grande pacote de balas, um grande espaço branco e um pequeno cowboy visual"* (Philip Morris, Inc. Merit history transcript from slides presentation). August 17, 1990 [065] citado por Pollay & Dewhirst, 2001).

*"Os maços vermelhos oferecem a conotação de sabor forte, os maços verdes oferecem a conotação de frescor ou mentol e os maços brancos sugerem que um cigarro é de baixo teor. Branco significa saudável e seguro. E se você coloca um cigarro de baixo teor num maço vermelho as pessoas dizem que ele tem um sabor mais forte do que o mesmo cigarro embalado num maço branco"* (Koten, J. Tobacco marketers' success formula: Make cigarettes in smoker's own image. The Wall Street Journal, p. 22, February 29, 1980. citado por Pollay & Dewhirst 2001).

Os aspectos da publicidade para comunicar as propriedades “light” do produto foram também light em muitas dimensões:

*“Os ‘Light- lighter- lightest’ foram adquiridos por insistência nas apresentações mais light – história da imagem do produto- maços brancos – cores pálidas – cópias com denominações suaves” (British American Tobacco Company, circa 1985) citado por Pollay & Dewhirst 2001).*

## **6. O QUE ACONTECEU NO BRASIL APÓS A DIVULGAÇÃO DA RESOLUÇÃO DA ANVISA N.º 46.**

- Este tipo de estratégia utilizada pelas indústrias fumageiras é mundial. Recentemente no Brasil aconteceu exatamente a situação descrita pelo Canadian Ministerial Advisory Council on Tobacco Control.

Logo após a publicação da Resolução da ANVISA n.º 46, a indústria do tabaco passou a fazer um grande investimento na diversificação de cores nos maços de variantes de uma mesma família de marcas. O objetivo dessa estratégia foi a de preparar o consumidor para a futura proibição dos descritores *light*, através da criação de uma ligação entre cores de maços e os seus respectivos teores. A marca Hollywood, por exemplo, além do tradicional maço de cor vermelha, criou duas novas variantes: as versões verde (mentol) e azul (blue). Além disso, nos primeiros maços que circularam no mercado foram coladas uma espécie de bula, onde as novas versões eram descritas, procurando associar a cor com os seus baixos teores e o seu sabor. Claramente, trata-se de uma estratégia para manter no mercado a presença da idéia do *light* ligando a cor azul, ou seja uma forma de preparar o consumidor para identificar os cigarros ditos *light* através da cor do maço.

A própria companhia de cigarros Souza Cruz declarou essa intenção numa correspondência encaminhada ao Instituto Nacional de Câncer (INCA):

.... “ *Em função da proibição do uso dos descritores, a empresa estará utilizando cores diferentes para as diversas versões dentro da mesma família de marcas, como por exemplo a família Hollywood, que tem as versões RED, BLUE e GREEN MENTHOL, para permitir que o consumidor identifique a sua marca de preferência. Os teores de cada versão estão impressos na lateral da embalagem...*” Gava, J.P. (Gerentes de Assuntos Corporativos da Souza Cruz (4/12/2001).

FIGURA 3: Novos maços das famílias Hollywood e Carlton - Utilização de cores para diferenciar os cigarros com diferentes teores.



### Conclusão:

Considerando a inexistência de correlação entre as classificações das marcas de cigarros, de acordo com os teores de alcatrão e nicotina medidos através do método da máquina de fumar com a realidade da exposição dos fumantes, se faz necessário do ponto de vista de saúde pública, que seja proibida qualquer estratégia de marketing que procure associar essas marcas de cigarro com uma idéia de saúde ou de menos riscos para a saúde do consumidor. Dessa forma, além dos descritores já proibidos pela Resolução da ANVISA n.º 46, os recursos de utilização de cores, outros tipos de classificações ou denominações de marcas, ou qualquer outro tipo de estratégia que tente vincular esses cigarros com uma versão menos prejudicial, devem ser considerados enganosos e como tal, sua proibição deveria estar incluída no âmbito da Resolução n.º 46, respeitando assim, a Lei n.º 8.078/90, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor, que no seu artigo 37 protege o consumidor de qualquer propaganda que seja considerada abusiva e enganosa.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. BENOWITZ, N. L. 2001. Compensatory Smoking of Low- Yield Cigarettes. In: Smoking and Tobacco Control. Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine- Measured Yields of Tar and Nicotine. National Institutes of Health. National Cancer Institute. Monograph 13. pp. 39 –63.
2. BURNS, D. M. , BENOWITZ, N.L. 2001 Public Health Implications of changes in Cigarette Design and Marketing. In: Smoking and Tobacco Control.Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine- Measured Yields of Tar and Nicotine. National Institutes of Health, National Cancer Institute. Monograph 13.pp 1 –11.
3. BURNS, D. M., MAJOR, J.M., SHANKS, T.G., THUN, M. J., SAMET, J.M. Smoking Lower Yield Cigarettes and Disease Risks. In: Smoking and Tobacco Control.Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine- Measured Yields of Tar and Nicotine. National Institutes of Health. National Cancer Institute. Monograph 13. pp 65 – 157.
4. CANADIAN MINISTERIAL ADVISORY COUNCIL ON TOBACCO CONTROL. Findings of the International Expert Panel on Cigarettes Descriptors. August 2001.
5. KOZLOWSKI, L. T., O’CONNOR, R.J., SWEENEY, C.T. 2001. Cigarette Design. In: Smoking and Tobacco Control.Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine- Measured Yields of Tar and Nicotine. National Institutes of Health, National Cancer Institute. Monograph 13 - p 13 –37.
6. POLLAY, R.W., DEWHIRST, T. 2001 Marketing Cigarettes with Low Machine- Measured Yields. In: Smoking and Tobacco Control. Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine- Measured Yields of Tar and Nicotine. National Institutes of Health. National Cancer Institute. Monograph 13. pp 199-235
7. SHIFFMAN, S.,PILITTERI, J.L., BURTON, S.L. et al.2001 Smoker’s beliefs about “Light” and “Ultra Light” cigarettes. Tobacco Control; 10 (Suppl I): i 17 – i 23
8. THUN, M. J., BURNS, D.M. 2001. Health impact of “reduced yield”cigarettes: a critical assessment of the epidemiological evidence. Tobacco Control ; 10 (Suppl I): i 4 – i 11
9. WIENSTEIN, N.D. 2001 Public Understanding of Risk and Reasons for Smoking Low Yield Products. In: Smoking and Tobacco Control.Risks Associated with Smoking Cigarettes with Low Machine- Measured Yields of Tar and Nicotine. National Institutes of Health. National Cancer Institute. Monograph 13. pp 193-198.