



PRODUTOS DE TABACO AQUECIDO: contra-argumentos às alegações do setor

Produtos de tabaco aquecido (PTAs): cachorro velho com truques novos

Os produtos de tabaco aquecido (PTAs) representam a nova maneira utilizada pelo setor de tabaco para manter as pessoas viciadas em tabaco e atrair novos usuários, inclusive pessoas jovens. As empresas de tabaco têm tentado comercializar os PTAs como sendo produtos com “risco mais baixo”, uma vez que essas empresas alegam que a utilização desses produtos não envolve a queima ou a combustão e, além disso, elas alegam que a comercialização desses produtos é voltada apenas para pessoas que já são fumantes. Contudo, esse setor tem uma longa história de fazer falsas alegações sobre os riscos à saúde de seus produtos, particularmente na comercialização de cigarros do tipo “light” e “suave”, que nunca foram mais seguros que outros tipos de cigarro. Além disso, as maneiras utilizadas para comercializar os PTAs ao redor do mundo são atraentes para pessoas jovens.

ALEGAÇÃO DO SETOR: o uso dos PTAs oferece menos risco que fumar cigarros tradicionais.

RESPOSTA: o impacto à saúde causado pelo uso dos PTAs ainda é desconhecido. Levando em consideração que o lançamento desses produtos é relativamente recente e tendo em vista sua semelhança com os cigarros tradicionais, não existe nenhuma pesquisa de longo prazo sobre o impacto que possa sustentar tais alegações de que eles são de fato de “risco mais baixo”. O que se sabe com certeza é que a exposição prolongada às substâncias químicas presentes nas emissões dos PTAs (por exemplo, nicotina, monóxido de carbono, vários tipos de aldeídos, entre outros) faz com que o risco de uma pessoa apresentar vários problemas de saúde graves, incluindo doença cardíaca, AVC e alguns tipos de câncer, seja maior.¹⁻⁶ Portanto, é plausível argumentar que o uso prolongado dos PTAs pode vir a afetar a saúde de modo negativo e que essas substâncias químicas são tão prejudiciais ao corpo humano que reduzir sua exposição a elas não diminui o risco de doença na mesma proporção. Essa mensagem de “risco mais baixo” relembra em muito as tentativas anteriores do setor de tabaco de induzir os consumidores a acreditar erroneamente que os cigarros do tipo “light”, “suave” e “baixo teor de alcatrão” eram menos prejudiciais. Documentos internos do setor de tabaco demonstram que as empresas de tabaco deliberadamente promoveram esses tipos de cigarro sabendo que elas estariam tranquilizando falsamente os consumidores, sem de fato oferecer nenhum benefício à saúde.⁷ De fato, atualmente sabe-se que os cigarros com “baixo teor de alcatrão” causam uma forma exclusiva de prejuízo no sentido de aumentarem o risco de a pessoa ter adenocarcinomas pulmonares.⁸ Considerando-se que demorou muitas décadas para descobrir o quão abrangente é o impacto devastador à saúde dos cigarros tradicionais, o público deve manter sua desconfiança em relação a alegações de “risco mais baixo” ou similares em relação aos PTAs até que os impactos à saúde causados pelo uso dos PTAs tanto em curto quanto em longo prazo sejam completamente entendidos.

ALEGAÇÃO DO SETOR: a Agência de Controle de Alimentos e Medicamentos dos EUA (Food and Drug Administration, FDA) deu autorização à Philip Morris Internacional (PMI) para comercializar seu sistema de PTA, denominado IQOS, como sendo

um produto de “risco mais baixo”, o que indica que ele é uma alternativa mais saudável ao tabagismo.

RESPOSTA: esta alegação é falsa. A FDA concedeu à PMI autorização de comercialização do IQOS identificando-o como sendo um produto com “exposição mais baixa”, o que não significa “risco mais baixo”. O site da FDA declara que “Apesar dessa medida, esses produtos não são seguros nem foram aprovados pela FDA”.⁹ Essa autorização não permite que a PMI faça qualquer alegação modificada em relação ao risco nem declare que os produtos do sistema IQOS são endossados ou aprovados pela FDA ou que a FDA considera os produtos seguros para serem usados pelos consumidores.

Além disso, essa autorização da FDA se aplica exclusivamente ao IQOS, não aos PTAs em geral, e abrange apenas quatro produtos IQOS (o sistema IQOS e o carregador e três tipos de tubos de tabaco [Heatsticks]).⁹ Outras versões ou versões mais recentes dos produtos IQOS disponíveis mundialmente não estão incluídas no momento. Além disso, nenhum outro governo dispõe de uma rota normativa similar à dos EUA, que sustenta a alegação de “exposição mais baixa” dos PTAs. De fato, 182 governos têm obrigações internacionais com base na Convenção-Quadro da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre Controle de Tabaco que exigem que os PTAs, por serem produtos de tabaco, estejam sujeitos aos níveis mais rígidos de regulamentação.¹⁰

ALEGAÇÃO DO SETOR: o marketing dos PTAs não é direcionado a pessoas jovens ou não fumantes.

RESPOSTA: a PMI lançou seu sistema de PTAs, denominado “IQOS”, no Japão e na Itália em 2014.¹¹ Uma breve análise da estratégia de marketing utilizada pela PMI para promover o IQOS na Itália desmente essa alegação de que eles não es-

Essa mensagem de “risco mais baixo” relembra em muito o passado do setor de tabaco de induzir os consumidores a acreditar erroneamente que os cigarros do tipo “light”, “suave” e “baixo teor de alcatrão” eram menos prejudiciais.

tão direcionando o marketing a pessoas jovens ou a pessoas que nunca fumaram. O lançamento do IQOS na Itália foi um evento extremamente extravagante, incluindo “Embaixadas” e “Boutiques” do IQOS nas principais cidades e destinos de férias por todo o país.¹² Nas lojas elegantes e modernas, funcionários com aparência jovem atraíam novos consumidores mediante demonstrações do produto e amostras gratuitas, bem como por meio de eventos promocionais e festas que são atraentes para pessoas de uma faixa etária mais jovem. A PMI também utilizou diversas plataformas de mídias sociais e influenciadores famosos com seguidores jovens para direcionar o marketing do IQOS para uma plateia abrangente.¹¹ A estratégia da PMI foi eficaz: um estudo realizado em 2019 demonstrou que quase metade de todos os usuários permanentes de IQOS na Itália nunca tinham fumado cigarros tradicionais.¹³ Além disso, 619.000 não fumantes ou ex-fumantes expressaram sua intenção de experimentar o IQOS no futuro.¹³

Investigações realizadas pela Reuters e The Times revelaram que a utilização agressiva de mídias sociais e de influenciadores com aparência jovem tanto pela PMI como pela British American Tobacco (BAT) para comercializar os PTAs é um padrão mundial.^{14,15} Por exemplo, a página no Instagram patrocinada pela BAT para seu sistema de PTAs, denominada “glo”, conta com dezenas de postagens direcionadas para pessoas de uma faixa etária mais jovem e inclui brindes e chances de ganhar viagens para Abu Dhabi, Ibiza, Milão e outras “cidades de festa”.¹⁶ Além disso, essa página conta com vários hashtags afiliados, um deles sendo #discoverglo (descubra o glo).¹⁷ Essa página mostra jovens influenciadores de todo o mundo “descobrimo novas paixões com o glo”, bem como promoções onde o dispositivo é dado de brinde para “você e um amigo”.¹⁷ Quando o teor de linguagem e estilo de vida, moda e música dessa página é considerado em conjunto, ele sugere que ela está direcionada para novos usuários. As estratégias de marketing concebidas para atrair não fumantes enfraquecem ainda mais a alegação do setor de que o propósito dos PTAs é ser um produto de “risco mais baixo”; pelo contrário, não fumantes que começam seu uso de tabaco com os PTAs correm o risco de sofrer danos à saúde relacionados ao tabaco.

ALEGAÇÃO DO SETOR: os PTAs são essenciais ao desenvolvimento dos lemas “futuro sem fumaça” da PMI e “um melhor amanhã” da BAT.

RESPOSTA: documentos internos da PMI mostram que a principal motivação que os levou a criar o IQOS e outros produtos de “risco mais baixo” era manter a lucratividade diante um ambiente cada vez mais hostil aos produtos de tabaco tradicionais.¹⁸ A realidade por trás do lema “sem fumaça” é que a PMI está tentando se distanciar do papel que ela exerceu na epidemia mundial do tabaco e criar uma nova imagem para a empresa. Por meio de suas linhas de produtos de “risco mais baixo”, a PMI e outras empresas de tabaco conseguem reter seus consumidores atuais e atrair novos. Por exemplo, a BAT coloca seus produtos de tabaco e nicotina ao longo de um “continuum de risco”, onde os consumidores são incentivados a trocar de produto em vez de parar de usá-los de vez.¹⁹

Essas falsas demonstrações de preocupação com a saúde pública fazem parte de uma iniciativa de todo o setor de melhorar sua imagem pública, criar credibilidade nos setores de saúde e de pesquisa e conquistar um ambiente normativo mais favorável para os PTAs e outros novos produtos. O investimento contínuo do setor de tabaco em suas marcas de cigarro tradicional e suas constantes contestações à legislação que reduziria de fato o uso do tabaco enfraquece a veracidade das alegações de que essas empresas querem um “futuro sem fumaça” e “um melhor amanhã”.²⁰⁻²⁴

ALEGAÇÃO DO SETOR: os PTAs são produtos “sem fumaça” e não devem estar sujeitos à mesma estrutura normativa que os cigarros tradicionais.

RESPOSTA: o setor de tabaco utiliza esse argumento por vários motivos. Primeiramente, declarar que os PTAs são produtos “sem fumaça” e, portanto, “mais seguros” abre a possibilidade de contornar as leis antitabagismo que muitos países, jurisdições e cidades tiveram que lutar muito para aprovar. Outras medidas de controle ao uso do tabaco como, por exemplo, advertências de saúde nas embalagens, embalagens sem adornos, tributação mais elevada e restrições à propaganda podem vir a ser enfraquecidas se os PTAs forem isentados da estrutura normativa aplicada aos produtos de tabaco fumado tradicionais.

A importância de os PTAs emitirem ou não fumaça ou outro tipo de aerossol não é tão crucial à saúde pública quanto o fato de eles emitirem ou não substâncias químicas prejudiciais, o que de fato acontece.²⁵⁻²⁷ Portanto, os PTAs devem estar sujeitos à mesma estrutura normativa aplicada aos cigarros tradicionais para conseguir limitar a exposição a emissões tóxicas para espectadores, inclusive populações vulneráveis.

ALEGAÇÃO DO SETOR: os tubos de tabaco utilizados nos dispositivos de PTAs não são cigarros.

RESPOSTA: um cigarro aquecido como, por exemplo, os usados no sistema “IQOS” da PMI, no sistema “glo” da BAT e no sistema “lil” da KT&G, inclui os mesmos componentes básicos que um cigarro tradicional: tabaco comprimido e um filtro enrolado em papel. Assim como os cigarros tradicionais, as principais marcas de cigarros aquecidos estão à disposição em vários sabores e são vendidas em maços. Algumas até mesmo incluem parcerias entre marcas de grande participação no mercado como, por exemplo, Marlboro e Kent. O principal motivo para as empresas de tabaco insistirem em que os cigarros aquecidos não são cigarros é evitar as regulamentações rígidas e a tributação mais alta que se aplicam aos cigarros tradicionais.

ALEGAÇÃO DO SETOR: os PTAs ajudam os fumantes a parar de fumar.

RESPOSTA: de acordo com a OMS, “Não existe evidência independente suficiente para corroborar o uso dos [PTAs] como medida de intervenção de cessação de tabaco a nível populacional para ajudar as pessoas a pararem de usar o tabaco tradicional. Os PTAs contêm tabaco, e o uso desses produtos

configura o uso de tabaco, o que contribui com o ônus do tabaco nos países onde eles são vendidos”²⁸

Embora o corpo de evidência relacionando os PTAs à cessação do tabagismo ainda seja bem pequeno, a maioria dos estudos não demonstrou que os PTAs são dispositivos de cessação do tabagismo eficazes.^{29,30} Pelo contrário, a maioria dos usuários de PTAs continua a usar cigarros tradicionais além dos PTAs, em vez de mudarem completamente para os PTAs.^{29,31,32} Assim, nenhum país ou jurisdição concedeu aprovação para uso dos PTAs como dispositivo de auxílio à cessação do tabagismo.²⁹ Além disso, nenhum tipo de PTA foi aprovado por nenhum órgão normativo como sendo uma terapia de reposição de nicotina segura e eficaz, e nenhum fabricante de PTAs está comercializando esses produtos como sendo dispositivos de cessação.

ALEGAÇÃO DO SETOR: os PTA se encaixam em uma estrutura de redução de danos.

RESPOSTA: os PTA não têm lugar em uma estrutura de redução de danos. Eles contêm tabaco, e o uso de qualquer forma de tabaco é prejudicial. Além disso, os efeitos à saúde causados pelo uso dos PTAs ainda são desconhecidos. Levando em consideração que o lançamento desses produtos é relativamente recente e tendo em vista sua semelhança com os cigarros tradicionais, é uma irresponsabilidade afirmar que o nível mais baixo de emissões tóxicas pelos PTAs (em comparação com os cigarros tradicionais) se traduz em um menor risco à saúde. Os cigarros são um produto particularmente mortal e,

portanto, utilizá-los como ponto de comparação não ajuda a determinar o nível relativo de danos de outro produto. Enfim, os PTAs de fato emitem emissões tóxicas, expõem os usuários a substâncias químicas tóxicas e não ajudam os fumantes a parar de fumar.³³

ALEGAÇÃO DO SETOR: os PTAs e outros novos produtos de tabaco são melhores para o meio ambiente.

RESPOSTA: essa é uma estratégia clássica do setor de tabaco denominada “greenwashing” (banho verde). A técnica de greenwashing diz respeito a práticas utilizadas por setores controversos para comercializar seus bens e/ou imagens como sendo ecológicos³⁴ para aumentar as vendas dos produtos e distrair a atenção do público de suas próprias práticas prejudiciais ao meio ambiente.³⁵ Um relatório da OMS de 2017 documenta como todas as etapas do ciclo de vida do tabaco são prejudiciais ao meio ambiente: tanto a plantação como a colheita do tabaco, o processo de cura, a fabricação, a distribuição e o consumo do produto, bem como os resíduos pós-consumo são prejudiciais ao meio ambiente.³⁶ Apesar disso, empresas multinacionais ainda continuam a fabricar centenas de bilhões de cigarros todos os anos, e nenhum de seus documentos internos mostra qualquer intenção de reduzir de maneira proativa a produção.³⁷ Os dispositivos de PTAs ainda usam tubos/cartuchos de tabaco descartáveis, e os próprios dispositivos devem ser descartados. O descarte de dispositivos eletrônicos é sabidamente prejudicial ao solo, à água e à atmosfera.³⁸

1. U.S. Food and Drug Administration (FDA). Harmful and Potentially Harmful Constituents in Tobacco Products and Tobacco Smoke: Established List. Updated Oct. 7, 2019. Available from: www.fda.gov/tobacco-products/rules-regulations-and-guidance/harmful-and-potentially-harmful-constituents-tobacco-products-and-tobacco-smoke-established-list
2. Auer R, et al. HeatNot-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name. JAMA International Medicine. 2017. 177(7):1050-1052.
3. Zuck, K. Evidence Related to the Health Risk of IQOS Use: Evaluation of Product Chemistry. Pre-sented January 24-25, 2018 at the USFDA Center for Tobacco Products. Slide 15.
4. Bekki K, et al. Comparison of Chemicals in Mainstream Smoke in Heat-not-burn Tobacco and Combustion Cigarettes. J of UOEH. 2017. 39(3):201-207.
5. Farsalinos, K. et al. Carbonyl emissions from a novel heated tobacco product (IQOS): comparison with an e-cigarette and a tobacco cigarette.
6. U.S. Department of Health and Human Services (USDHHS). How Tobacco Smoke Causes Disease. The Biology and Behavioral Basis for Smoking-Attributable Disease (Key Findings F5). Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2010.
7. Bates, Clive & Rowell, Andy. (2004). Tobacco Explained... The truth about the tobacco industry... in its own words. Center for Tobacco Control Research and Education, UC San Francisco, University of California at San Francisco, Center for Tobacco Control Research and Education.
8. USDHHS. The Health Consequences of Smoking: 50 Years of Progress. A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2014.
9. U.S. FDA. Philip Morris Products S.A. Modified Risk Tobacco Product (MRTP) Applications. Last updated: 7 July, 2020.
10. WHO. Decision: FCTC/COP8(22) Novel and emerging tobacco products. 2018.
11. Jackler RK et al. Global Marketing of IQOS The Philip Morris Campaign to Popularize “Heat Not Burn” Tobacco. SRITA White paper. February 21, 2020.
12. TobaccoIntelligence. How PMI Creates Brand Awareness for IQOS in Italy. 22 Nov. 2017.
13. Liu et al. Heat-not-burn tobacco products: concerns from the Italian experience. Tobacco Control 2019; 28(1):113-114.
14. Kirkham C. Exclusive: Philip Morris suspends social media campaign after Reuters exposes young ‘influencers.’ Reuters [online]. May 10, 2019.
15. Shukman H. British American Tobacco used young Instagram stars in its ads. The Times [online]. August 17, 2019.
16. Instagram. @glo_worldwide [BAT sponsored account]. Accessed 13 Nov. 2020.
17. Instagram. #discoverglo [BAT Glo affiliated link]. Access 13 Nov. 2020.
18. PMI. 10 year Corporate Affairs Objective and Strategies. 2014. PMI Reuters Documents. Reuters News; Thomson Reuters.
19. Inspiring Products Driving Change. Harm Reduction Focus Report 2016. [Accessed Nov.13, 2020].
20. Bloomberg News. BAT appeals to court after South Africa digs in on tobacco ban. Published May 30, 2020. [Accessed Nov. 16, 2020]
21. National Confederation of Industry (Confederação Nacional da Indústria) v. ANVISA (2018). [Accessed November 16, 2020]
22. BAT Uganda Ltd v. Attorney General & Center for Health, Human Rights and Development (2016). Tobacco Control Laws.
23. BAT Kenya, PLC v. Ministry of Health (2017). Tobacco Control Laws.
24. Honduras, et al. v. Australia (2018). Tobacco Control Laws.
25. Campaign for Tobacco Free Kids. Heated Tobacco Products: Global Regulations. May 2020.
26. Ruprech AA, et al. Environmental pollution and emission factors of electronic cigarettes, heat-not-burn tobacco products, and conventional cigarettes. Aerosol Science and Technology. 21 March 2017. 51(6):674-684.
27. Glantz SA. Heated tobacco products: the example of IQOS. Tobacco Control 2018;27:s1-s6
28. WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2019. Geneva: World Health Organization; 2019.
29. Luk TT, Weng X, Wu YS, et al. Association of heated tobacco product use with smoking cessation in Chinese cigarette smokers in Hong Kong: a prospective study. Tobacco Control. Published Online First: 10 September 2020.
30. Dunbar MS, et al. Correlates of awareness and use of heated tobacco products in a sample of US young adults in 2018-2019. Nicotine Tob Res 2020:ntaa007.
31. Kang H and Cho S. Heated tobacco product use among Korean adolescents. Tobacco Control. Published Online First: 04 June 2019.
32. Hwang J, Ryu D, and Park S. Heated tobacco products: Cigarette complements, not substitutes. Drug and Alcohol Dependence. 2019. 204: 107576.
33. F. Houghton, S. Houghton, D. O’Doherty et al. Greenwashing tobacco—attempts to eco-label a killer product. J Environ Stud Sci 2019;9:82-85
34. B. Watson. The troubling evolution of corporate greenwashing, The Guardian, 20 August 2016 [online].
35. Tobacco and its environmental impact: an overview. Geneva: World Health Organization; 2017.
36. WHO. HTP Factsheet, 2nd Ed. 2020.
37. Campaign for Tobacco Free Kids. TakeAPart’s. Tobacco Company Dossiers. Last Updated 13 Nov. 2020.
38. Li & Anchal. Environmental and health impacts due to e-waste disposal in China – a review. Science of the Total Environment. October 2020; Vol 737.