

PARECER N° , DE 2015

Da COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO NACIONAL, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 769, de 2015, do Senador José Serra, que *altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para vedar a propaganda de cigarros ou qualquer outro produto fumígeno e o uso de aditivos que confirmam sabor e aroma a estes produtos, bem como estabelecer padrão gráfico único das embalagens de produtos fumígenos; altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 (Código de Trânsito Brasileiro), para configurar como infração de trânsito o ato de fumar em veículos quando houver passageiros menores de dezoito anos; e dá outras providências.*

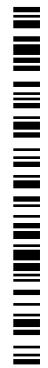
RELATOR: Senador **OTTO ALENCAR**

I – RELATÓRIO

É submetido à apreciação da Comissão de Desenvolvimento Nacional (CDN), o Projeto de Lei do Senado nº 769, de 2015, do Senador José Serra, que *altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para vedar a propaganda de cigarros ou qualquer outro produto fumígeno e o uso de aditivos que confirmam sabor e aroma a estes produtos, bem como estabelecer padrão gráfico único das embalagens de produtos fumígenos; altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 (Código de Trânsito Brasileiro), para configurar como infração de trânsito o ato de fumar em veículos quando houver passageiros menores de dezoito anos; e dá outras providências.*

A proposição, composta de cinco artigos, promove diversas modificações na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que *dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal*, para:

SF/16345.56655-63



SF/16345.56655-63

a) proibir qualquer forma de propaganda, publicidade, promoção ou patrocínio de produtos fumígenos, inclusive nos locais de venda;

b) obrigar que as embalagens dos cigarros sejam padronizadas e que contenham advertências quanto aos riscos e prejuízos do fumo, conforme regulamento da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA); e

c) proibir a importação e a comercialização no País de produto fumígeno que contenha substâncias sintéticas e naturais que possam conferir, intensificar, modificar ou realçar sabor ou aroma do produto.

Além disso, altera o art. 162 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que *institui o Código de Trânsito Brasileiro*, para punir com multa e cômputo de pontos na carteira o motorista que fumar ou permitir que passageiro fume em veículo que esteja transportando menores de dezoito anos.

Nos termos da justificação da proposição,

As três primeiras medidas têm por finalidade se opor às estratégias mais agressivas de marketing da indústria tabagista, que atuam na indução do tabagismo entre jovens. A quarta procura desestimular os pais e responsáveis que ainda continuam fumando na presença de crianças e adolescentes, o que, comprovadamente, é um estímulo para que o jovem, em algum momento, experimente o tabaco, aumentando os riscos de se tornar um dependente. Além disso, a medida é importante para a proteção de crianças e jovens contra a exposição ao fumo passivo em local fechado, pois proíbe que se fume em veículo que esteja transportando menores de dezoito anos.

Não foram apresentadas emendas ao projeto.

Após a análise da CMA, a proposição será submetida à Comissão de Assuntos Sociais (CAS) e à Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), cabendo a esta última decidir terminativamente sobre a matéria.

II – ANÁLISE

A proposição trata de matéria inserida na competência legislativa da União, conforme o disposto no art. 22, incisos XXIX e XI, e no art. 24, incisos V e XII, da Constituição, segundo os quais compete à União legislar privativamente sobre propaganda comercial e trânsito e transporte e concorrentemente com os

Estados e o Distrito Federal sobre produção e consumo e proteção e defesa da saúde.

Ademais, nos termos do § 3º do art. 220 da Lei Maior, compete à lei federal estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde, e o § 4º do mesmo dispositivo constitucional estabelece que a propaganda comercial de tabaco, entre outros produtos, estará sujeita a restrições legais e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

Cabe ao Congresso Nacional dispor sobre a matéria, e a iniciativa parlamentar é legítima, nos termos dos arts. 48 e 61 da Lei Maior.

Quanto à juridicidade, o projeto se afigura irretocável, porquanto: *i*) o *meio* eleito para o alcance dos objetivos pretendidos (normatização via edição de lei) é o adequado; *ii*) o assunto nele vertido *inova* o ordenamento jurídico; *iii*) possui o atributo da *generalidade*; *iv*) se afigura dotado de potencial *coercitividade*; e *v*) é compatível com os *princípios diretores do sistema de direito pátrio*.

A proposição está redigida em conformidade com a boa técnica legislativa, observando os preceitos da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, ressalvada a necessidade dos ajustes objeto das emendas que propomos.

Analisados os aspectos relacionados à constitucionalidade e à juridicidade, passamos à análise de mérito da proposição.

Como bem salienta o autor do projeto em sua justificação, o Brasil avançou significativamente na adoção de medidas de combate ao tabagismo, tais como a proibição da propaganda de cigarros (exceto nos pontos de venda), a obrigatoriedade de inclusão de advertências sobre os malefícios do tabagismo nas embalagens e nos maços de cigarros, a proibição de patrocínios de eventos por marcas de cigarros e a proibição do uso de produtos fumígenos em recinto coletivo fechado, entre outras.

A despeito dessas conquistas, é preciso dar continuidade a essas políticas antitabagismo, de modo a reduzir ainda mais o uso de produtos

SF/16345.56655-63

fumígenos, os quais, como é de conhecimento público, tantos males têm causado à população em razão de serem extremamente prejudiciais à saúde.

Por esse motivo, somos totalmente favoráveis às medidas preconizadas pelo Senador José Serra, autor da proposição.

O projeto avança em relação à legislação vigente, especialmente ao estender a proibição de propaganda comercial desses produtos aos locais de venda e ao coibir o uso de cigarros no interior de automóveis em que haja menores de dezoito anos.

Entendemos necessários, porém, alguns ajustes na proposição, em sua maioria relacionados à técnica legislativa.

No art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, alterado pelo art. 1º do projeto, propomos a renumeração dos §§ 8º a 10 para §§ 3º e 4º. Excluímos a referência à regulamentação de dispositivos pela Anvisa, tendo em vista o disposto no art. 61, § 1º, I, “e” e no art. 84, VI da Constituição, os quais estabelecem a competência privativa do Presidente da República para dispor sobre a organização e funcionamento da administração federal.

No art. 5º da Lei nº 9.294, de 1996, propomos que se deixe de reproduzir o § 1º, tendo em vista não ter havido alteração em seu texto.

Alteramos a redação do *caput* do art. 2º do projeto, por razões de técnica legislativa.

No art. 4º da proposição, incluímos a revogação dos §§ 1º e 2º do art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 1996, tendo em vista que essas normas já se encontram exauridas, além de adequarmos o dispositivo às alterações que propomos no art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996.

Cabe ressaltar que as alterações que propomos em nada interferem com o mérito do projeto, com o qual estamos de pleno acordo.

III – VOTO

Em vista do exposto, manifestamo-nos pela constitucionalidade e juridicidade do Projeto de Lei do Senado nº 769, de 2015, e, no mérito, por sua aprovação, com as seguintes emendas.

EMENDA N° – CMA

(ao PLS nº 769, de 2015)

Dê-se ao art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na forma do que dispõe o art. 1º do PLS nº 769, de 2015, a seguinte redação:

“Art. 1º

‘Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, qualquer forma de propaganda, publicidade, promoção e patrocínio do tabaco, de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de vendas.

§ 1º Para fins do disposto no *caput*, entende-se por:

I - propaganda, publicidade e promoção qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto fumígeno; e

II - patrocínio qualquer forma de contribuição, financeira ou não, a evento, atividade ou indivíduo com o objetivo ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto fumígeno ou seu consumo.

§ 2º A vedação prevista no *caput* inclui:

I - a exposição e a visibilidade dos produtos mencionados nos locais de venda, bem como a utilização de máquinas automáticas na comercialização dos produtos;

II - qualquer forma de propaganda, publicidade, promoção e patrocínio institucional de empresas fabricantes ou exportadoras de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno derivado ou não do tabaco.

§ 3º As embalagens dos produtos fumígenos derivados ou não do tabaco, com exceção dos destinados à exportação, deverão apresentar padrão gráfico único e conter mensagens de advertência, acompanhadas de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem, conforme regulamento.

§ 4º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as mensagens a que se refere o § 3º serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em cem por cento de sua face posterior, em trinta por cento de sua parte frontal e em uma de suas laterais, nos termos do regulamento.

SF/16345.56655-63

.....’ (NR)’

EMENDA N° – CMA

(ao PLS nº 769, de 2015)

Dê-se ao art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na forma do que dispõe o art. 1º do PLS nº 769, de 2015, a seguinte redação:

“**Art. 1º**

‘**Art. 5º** As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou *slogan* do produto, sem recomendação do seu consumo.

.....
 § 2º Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do art. 8º-A desta Lei.’ (NR)’

EMENDA N° – CMA

(ao PLS nº 769, de 2015)

Dê-se ao *caput* do art. 2º do PLS nº 769, de 2015, a seguinte redação:

“**Art. 2º** A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

.....”

EMENDA N° – CMA

(ao PLS nº 769, de 2015)

Dê-se ao art. 4º do PLS nº 769, de 2015, a seguinte redação:

“**Art. 4º**

I – os §§ 5º e 6º do art. 3º;

II – os incisos III, V, VI e VII e os §§ 1º e 2º do art. 3º-A; e

.....

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator

SF/16345.56655-63