



**EMENDA Nº - CCJ**  
(ao PLS nº 769, de 2015)



SF/19427.88462-69

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 de tabaco, cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda.

§ 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;

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, importadoras 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 ter formato padrão 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, imagens e figuras a que se refere o § 3º serão, nos termos definidos em regulamento, sequencialmente usadas e inseridas, de forma simultânea ou rotativa, e nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, de forma legível e ostensivamente destacada, juntamente com outras informações exigidas pelo Poder Público, em:

- I – cem por cento de sua face posterior;
- II – sessenta e cinco por cento de sua face frontal;
- III – cem por cento de sua face inferior e de suas faces laterais esquerda e direita;
- IV – sessenta e cinco por cento de sua face superior.

§ 5º É vedada a utilização, nas embalagens de que trata o § 4º, de dispositivos sonoros, palavras, símbolos, desenhos ou imagens que possam:

- I – induzir diretamente o consumo;
- II – sugerir o consumo exagerado ou irresponsável;
- III – induzir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;
- IV – sugerir ou induzir bem-estar ou saúde;
- V – criar falsa impressão de que uma marca seja menos prejudicial à saúde do que outra;
- VI – atribuir aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou tensão ou produzam efeito similar;
- VII – insinuar o aumento de virilidade masculina ou feminina ou associar ideia ou imagem de maior êxito na sexualidade das pessoas fumantes;
- VIII – associar o uso do produto a atividades culturais ou esportivas ou a celebrações cívicas ou religiosas; e
- IX – conduzir a conclusões errôneas quanto às características e à composição do produto e quanto aos riscos à saúde inerentes ao seu uso.

.....' (NR)

.....”



SF/19427.88462-69



## JUSTIFICAÇÃO

O PLS nº 769, de 2015, tem, entre outros, os objetivos de: vedar a propaganda de cigarros ou qualquer outro produto fumígeno; e estabelecer um padrão gráfico único das embalagens desses produtos.

Como decorrência do primeiro objetivo, entendemos necessário proibir a exposição e a visibilidade desses produtos nos locais de venda (inciso I do § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996). Esse objetivo foi preservado, e até aprimorado, pela Emenda nº 3-CAS, de relatoria do Senador Humberto Costa. No entanto, a Subemenda apresentada a essa emenda no relatório apresentado na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), de relatoria da Senadora Leila Barros, libera a exposição e visibilidade dos produtos nos locais de venda, contra a intenção original do projeto, alegando suposta inconstitucionalidade.

Entendemos, porém, que tal inconstitucionalidade não se sustenta. A vedação à exposição e visibilidade de produtos fumígenos nos locais de venda parece-nos constitucional na medida em que encontra abrigo nos mais diversos dispositivos da Constituição que tratam da segurança e saúde das pessoas, inclusive consumidores e menores (criança, adolescente e jovem), ainda que venha em detrimento aos princípios da livre iniciativa e liberdade de expressão.

Nessa linha, sustentamos que a ressalva constitucional à liberdade de expressão prevista no inciso II do § 3º e no § 4º, ambos do art. 220, que restringem a propaganda comercial de tabaco, dada a nocividade à saúde, deve ser compreendida em harmonia com os demais dispositivos constitucionais que garantem o direito à vida e à saúde. Citamos os dispositivos constitucionais do direito social à saúde, previsto nos art. 6º e art. 196; da defesa do consumidor, como direito fundamental previsto no inciso XXXII do art. 5º e como princípio da ordem econômica no inciso V do art. 170 (lembrando que a segurança e saúde junto com a informação são os pilares do Código de Defesa do Consumidor); e o art. 227, que prevê norma protetiva, com absoluta prioridade, do direito à vida e à saúde das crianças, dos adolescentes e dos jovens.





Do conjunto desses dispositivos, afigura-se incontroverso que a Constituição pretendeu dar prevalência à vida, à saúde, à proteção do consumidor e da criança, do adolescente e do jovem. A vedação à exposição e visibilidade de produtos fumígenos é absolutamente justificável e atende ao princípio da proporcionalidade, na medida em que não impede a comercialização desses produtos, mas veda sua apresentação ostensiva, que levaria inevitavelmente a atrair o seu consumo.

No plano infraconstitucional, citamos legislações internacionais que foram internalizadas e que permitem a flexibilização dos princípios constitucionais da livre iniciativa e da livre expressão em prol do direito à saúde. São eles: (a) art. 19 do Pacto Internacional de Direitos Civil e Políticos, internalizado como Decreto nº 592, de 6 de julho de 1992; e (b) e a alínea *b* do art. XX do Acordo Geral de Tarifa Aduaneiras e Comércio (GATT), internalizado como Lei nº 313, de 30 de julho de 1948.

De outro lado, com relação ao objetivo de estabelecer um padrão gráfico único das embalagens, acatamos a sugestão contida na Subemenda à Emenda nº 3-CAS, da Senadora Leila Barros, que procura preservar o direito à marca. Assim, substitui-se a previsão de um “padrão gráfico único” pela de um “formato padrão”, que virá acompanhado de mensagens e figuras de advertências, além de reduzir o espaço para veiculação da marca (passando a 35% da face frontal e 35% da face superior) e manter proibições de conteúdo no uso que o fabricante fará do espaço que lhe restar disponível nas embalagens.

**A presente emenda tem, portanto, o simples objetivo de realizar uma fusão da Emenda nº 3-CAS, na parte em que veda a exposição e visibilidade dos produtos fumígenos nos locais de venda (art. 3º, *caput* e §§ 1º e 2º), com a Subemenda a ela oferecida pelo relatório da CCJ, naquilo que diz respeito à disciplina normativa das embalagens desses produtos (art. 3º, §§ 3º, 4º e 5º).**



Cabe advertir que a aprovação da presente emenda ensejará a **prejudicialidade da Emenda nº 3-CAS**, da **Subemenda da CCJ à Emenda nº 3-CAS** e também da **Emenda que acrescenta um novo art. 3º-E à Lei nº 9.294, de 1996** (apresentada no relatório), para regular a exposição e visibilidade dos produtos. Ora, se isso for vedado, não há sentido em ser disciplinado, o que torna inservível o dispositivo proposto.

Certo de que a presente emenda aproveita o melhor das contribuições dos relatores à matéria, rogamos por sua aprovação.

Sala da Comissão,

Senador Eduardo Girão



SF/19427.88462-69