



SENADO FEDERAL

PARECER (SF) Nº 80, DE 2019

Da COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E CIDADANIA, 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 confiram 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.

PRESIDENTE: Senadora Simone Tebet

RELATOR: Senadora Leila Barros

03 de Julho de 2019



PARECER N° , DE 2019

SF/19403.88467-59

Da COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E CIDADANIA, em decisão terminativa, 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.*

Relatora: Senadora **LEILA BARROS**

I – RELATÓRIO

Vem ao exame desta Comissão o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 769, de 2015, de autoria 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.*

O projeto é constituído por cinco artigos. O **art. 1º** modifica os arts. 3º e 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para, na essência: (i) dar nova redação à regra proibitiva da propaganda de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não



SF/19403.88467-59

do tabaco, para nela também fazer alusão expressa a qualquer forma de publicidade, promoção e patrocínio, bem como para vedar inclusive a exposição dos produtos nos locais de venda e o uso de máquinas automáticas na sua comercialização (nova redação para o *caput* e do § 2º do art. 3º da Lei); (ii) suprimir a remissão ao art. 2º da Lei (que trata do tabaco) na regra que permite chamadas e caracterizações de patrocínio, ainda que para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, e ainda que identificadas apenas com a marca ou *slogan* do produto, sem recomendação do seu consumo (nova redação para o art. 5º da Lei); (iii) determinar que as embalagens dos produtos fumígenos derivados ou não do tabaco, com exceção dos destinados à exportação, apresentem padrão gráfico único, mantendo as mensagens de advertência, acompanhadas de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem, previstas na norma vigente (§ 8º acrescentado ao art. 3º da Lei).

O art. 1º do PLS, também por modificação à mencionada Lei, define: *a*) propaganda, publicidade e promoção como qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto fumígeno; e *b*) patrocínio como 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 (nova redação para o § 1º do art. 3º da Lei).

Especificamente em relação às mudanças pretendidas para o art. 5º da Lei, cabe esclarecer que, a despeito de ele tratar de chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos indicados nos arts. 2º (produtos fumígenos) e 4º (bebidas alcoólicas) no rádio e na televisão, fato é que a mudança promovida pelo projeto, ao excluir a referência ao art. 2º, apenas adapta o seu texto à realidade normativa já decorrente da modificação do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, pela Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000, que proibiu a propaganda de produtos fumígenos nas emissoras de rádio e televisão, e pela Lei nº 12.546, de 14 de dezembro de 2011, que, vedou de forma abrangente a propaganda comercial desses produtos, ressalvando apenas sua exposição nos locais de venda. Noutras palavras, embora, por um lapso, não tenha sido anteriormente promovida alteração no art. 5º da Lei, disso não decorre que a remissão nele feita a produtos fumígenos esteja a produzir efeitos, revogada que foi, tacitamente, pelas Leis mencionadas.



SF/19403.88467-59

Ademais, o art. 1º do projeto, ao dar nova redação ao art. 3º da Lei, elimina a regra constante da redação atual de seu § 1º, segundo a qual a propaganda comercial de produtos fumígenos deverá ajustar-se aos seguintes princípios: não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas; não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito similar; não associar ideias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes; não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo; não incluir a participação de crianças ou adolescentes. Aqui também se trata de uma alteração formal: como toda propaganda comercial desses produtos restou vedada a partir da Lei nº 12.546, de 2011, a previsão do § 1º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, perdeu a razão de ser.

Algo parecido pode ser dito da atual redação do § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, que trata da advertência sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, veiculada juntamente com a propaganda nos meios de comunicação. O PLS substitui essa previsão pelo já citado interdito à exposição dos produtos fumígenos nos postos de venda, ao uso de máquinas automáticas para sua comercialização, e a qualquer forma de propaganda, publicidade, promoção e patrocínio institucional de empresas fabricantes ou exportadoras desses mesmos produtos. Entretanto, como a regra atualmente em vigor também alude à advertência na propaganda de outros produtos, o projeto a mantém, relativamente a eles, inserindo na Lei um novo artigo com esse objetivo, como se verá adiante.

Ainda por força do art. 1º do PLS, são introduzidos os §§ 8º, 9º e 10 no art. 3º da Lei. O § 8º institui o já mencionado padrão gráfico único para as embalagens. E faz isso aproveitando parte do texto do atual § 3º do mesmo artigo, que impõe a veiculação de advertências nas embalagens, acompanhadas de imagens ilustrando seu sentido. O § 9º não contém inovação normativa, constituindo, na verdade, uma condensação das regras hoje constantes dos §§ 5º e 6º do mesmo art. 3º, que, como o § 3º e 4º, são



SF/19403.88467-59

revogados pelo projeto. O § 10 determina que as normas contidas nos §§ 8º e 9º sejam regulamentadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

O art. 2º do PLS acrescenta os arts. 3º-D e 8º-A na Lei nº 9.294, de 1996, com o propósito de: (i) proibir a importação e a comercialização no país de produto fumígeno derivado do tabaco que contenha substâncias sintéticas e naturais, em qualquer forma de apresentação, com propriedades flavorizantes ou aromatizantes que possam conferir, intensificar, modificar ou realçar sabor ou aroma do produto (art. 3º-D); e (ii) transportar para um novo artigo a regra hoje constante do § 2º do art. 3º da Lei, que exige a veiculação de advertência, na propaganda nos meios de comunicação, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, excluindo da norma a referência ao fumo (art. 8º-A).

O art. 3º do PLS acresce inciso ao art. 162 do Código de Trânsito Brasileiro (Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997), para considerar infração gravíssima a conduta de dirigir veículo em que haja alguém fumando, se nele também houver passageiro menor de dezoito anos.

O art. 4º do PLS promove a revogação dos seguintes dispositivos da Lei nº 9.294, de 1996, como decorrência das demais modificações realizadas no diploma legal: os §§ 3º a 6º do art. 3º; os incisos III e V a VII do art. 3º-A; o art. 3º-C. Quanto aos mencionados parágrafos do art. 3º, as normas que veiculam são adaptadas em outros dispositivos, inseridos pelo projeto. Já quanto aos incisos do art. 3º-A, que veiculam proibições à propaganda e ao patrocínio, sua permanência na Lei é desnecessária, seja em razão do regime proibitivo vigente, seja, no caso do patrocínio, do regime que advirá da aprovação do projeto. Também o art. 3º-C, que trata da transmissão de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro e patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, já se encontra tacitamente revogado, à luz das regras que vedam de forma abrangente a propaganda desses produtos.

Por fim, o **art. 5º do PLS** veicula a cláusula de vigência da futura lei.



SF/19403.88467-59

Na justificação, o autor assinala que, após um período de grandes avanços no combate ao fumo no Brasil, vive-se atualmente uma fase de letargia, o que justifica inovações legislativas no sentido de ampliar as medidas antitabaco, máxime para proteger dos males do cigarro as crianças e os adolescentes, pondo-os a salvo das estratégias de *marketing* cada vez mais agressivas da indústria tabagista.

Antes de tramitar neste Colegiado, o projeto recebeu pareceres da Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor (CTFC) e da Comissão de Assuntos Sociais (CAS), os dois pela aprovação, com emendas.

A modificações sugeridas pela CTFC são meramente de redação. A **Emenda nº 1 – CTFC** formula em outros termos o *caput* do art. 2º do projeto, sem lhe alterar o sentido. Por seu turno, a **Emenda nº 2 – CTFC** insere entre os dispositivos a serem expressamente revogados os §§ 1º e 2º do art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 1996. Os dois parágrafos contêm regras de vigência temporária e, por isso mesmo, auto-revocatórias. A emenda apenas suprime o seu texto.

As mudanças propostas pela CAS envolvem a forma e conteúdo do projeto. A **Emenda nº 3 – CAS** altera a redação proposta para o art. 3º da Lei pelo art. 1º do PLS nos seguintes pontos: (i) incluir entre os destinatários da regra que proíbe a propaganda, publicidade, promoção e patrocínio institucional de produtos fumígenos as empresas importadoras (o projeto apenas a empresas fabricantes e exportadoras); (ii) deslocar para os §§ 3º e 4º as previsões dos §§ 8º e 9º do art. 3º, incluídos pelo PLS (já que as normas de elaboração de leis permitem a renumeração de dispositivos dentro de um mesmo artigo); (iii) suprimir o § 10, que estabelece competências para a Anvisa (por entender que o dispositivo fere a regra constitucional que assegura reserva de iniciativa ao Presidente da República, no caso de leis que tratem de órgãos ou entidades do Poder Executivo).

A **Emenda nº 4 – CAS** apenas deixa de reproduzir, no art. 1º do projeto, o § 1º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 1996, já que nenhuma mudança é proposta para esse dispositivo, tornando desnecessária sua figuração no projeto.



A **Emenda nº 5 – CAS** altera o art. 4º do PLS, que contém a cláusula revocatória, tendo em vista o deslocamento de parágrafos operado no art. 3º da Lei pela Emenda nº 3 – CAS. O parecer da CAS também apontou equívoco na referência, constante no art. 4º do projeto, ao ano de publicação da Lei nº 9.294, de 1996. Entretanto, olvidou-se, na Emenda, de promover essa correção.

Por derradeiro, a **Emenda nº 6 – CAS** modifica a cláusula de vigência da futura Lei, fixando uma *vacatio legis* de 90 dias, sobretudo em face na nova infração de trânsito prevista no projeto.

Nesta Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania, após nos ser confiada a relatoria do PLS, e dada a relevância e complexidade do tema, bem como todos os interesses contrapostos, houvemos por bem, juntamente com o Senador Tasso Jereissati, apresentar requerimento de realização de audiência pública, o qual foi aprovado em 8 de maio passado.

Participaram a audiência pública, ocorrida em 15 de maio, representantes das seguintes órgãos e entidades: Anvisa, Receita Federal do Brasil, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, Instituto Nacional de Câncer, ACT Promoção da Saúde, Sindicato Interestadual da Indústria do Tabaco (Sinditabaco) e Associação dos Municípios Produtores de Tabaco. Todos tiveram oportunidade de expor seus pontos de vista a respeito do projeto, enriquecendo sobremaneira o debate e fornecendo importantes subsídios para a elaboração do presente relatório.

Em 12 de junho passado, após a leitura do primeiro relatório apresentado nesta Comissão, foi apresentada a **Emenda nº 7 – CCJ**, de autoria do Senador Eduardo Girão, que objetivamente pretende retornar a vedação total à exposição de cigarros nos locais de venda, conforme previa o projeto original, mantendo as alterações referentes às embalagens.

II – ANÁLISE

Cabe a esta Comissão pronunciar-se sobre a constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e também sobre o mérito

SF/19403.88467-59



do PLS nº 769, de 2015, tudo nos termos do art. 101, I e II, *d*, do Regimento Interno do Senado Federal.

Antes de realizar esse exame, julgamos pertinente tecer algumas considerações iniciais a respeito do tabaco, sua produção no Brasil e as medidas implementadas no país para reduzir o seu consumo.

Que os produtos fumígenos causem malefícios graves à saúde poucas pessoas estão dispostas a negar. Mesmo representantes da respectiva indústria o admitem, como verificamos na audiência pública realizada nesta Comissão. Estudo financiado pelo Instituto Nacional de Câncer e pela Organização Panamericana de Saúde, divulgado em 2017, dá conta de que 12,6% das mortes no Brasil são atribuíveis ao tabagismo. Em números absolutos, são 156.216 óbitos por ano. Os custos anuais do consumo de tabaco para o país, traduzíveis em despesas médicas e perda de produtividade do trabalhador, chegam a 56,9 bilhões de reais, montante em muito superior aos 13 bilhões de reais arrecadados pelo Estado na tributação dos produtos fumígenos. A expectativa de vida é menor entre fumantes em 6,7 anos para as mulheres, e em 6,1 anos para os homens. Estima-se como diretamente atribuível ao consumo de tabaco a ocorrência anual de 46.650 novos casos de câncer, 59.509 de Acidente Vascular Cerebral, 378.594 de Doença Pulmonar Obstrutiva Crônica e 470.666 de infarto agudo do miocárdio ou outras complicações cardiovasculares (PINTO, Márcia *et alii. Carga de doença atribuível ao uso do tabaco no Brasil e potencial impacto do aumento de preços por meio de impostos*. Documento técnico IECS Nº 21. Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria, Buenos Aires, Argentina. Maio de 2017).

Por outro lado, a indústria de tabaco no Brasil afirma que a respectiva cadeia produtiva é responsável pela geração de 40 mil postos de trabalho em empresas de tabaco e envolve 150 mil produtores rurais, distribuídos em 566 municípios na Região Sul do país. Ressalta, ainda, a importância dos produtos fumígenos na economia nacional, trazendo 2 bilhões de dólares anualmente em divisas e 13,9 bilhões de reais em tributos. Ainda segundo o Sinditabaco, o Brasil é o segundo maior produtor mundial e o maior exportador de tabaco, sexto produto agrícola na pauta brasileira de exportações. Do total da produção, 90% são destinados à exportação. A estimativa do setor é de que, considerados também os pontos de

SF/19403.88467-59



comercialização, existam hoje no país 2,1 milhões de pessoas vinculadas à renda do tabaco.

Como se vê, a discussão em torno de restrições à propaganda, à comercialização e ao consumo de tabaco envolvem questões da mais alta envergadura, valores e direitos consagrados constitucionalmente e que, na prática, podem entrar em conflito, como o direito à saúde, a proteção ao consumidor, à criança e ao adolescente, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, a liberdade de expressão. É tarefa do legislador buscar um ponto de equilíbrio, de modo a, no indeclinável dever de resguardar a saúde da população e proteger os mais vulneráveis contra os malefícios do fumo, impor restrições que causem o menor impacto possível à economia, às empresas e aos trabalhadores dedicados a uma atividade que a própria Constituição reconheceu como lícita.

O legislador e as autoridades sanitárias brasileiras têm sido sábios nesse mister, como comprovam os números relativos ao consumo de cigarro no país, cujo substancial declínio não provocou uma crise na economia do tabaco. Isso porque, como já mencionado, a grande maioria da produção brasileira é destinada à exportação. Estimativa recente da Embrapa e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento projeta inclusive um crescimento, entre 2018 e 2028, de 17,9% na produção de tabaco (*Projeções do Agronegócio: Brasil 2017/18 a 2027/28*. Brasília: MAPA/ACE, 2018).

Quanto ao consumo de tabaco, as políticas públicas adotadas pelo país nas últimas décadas são motivo de orgulho, merecendo reconhecimento internacional. Vejamos alguns dados, compilados na *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Tabagismo*, de 2008, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. O Apêndice 2 desse trabalho faz o registro das sondagens realizadas anteriormente no Brasil a respeito do consumo de tabaco. Em 1989, a Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição apontava que 33,1% da população com 15 anos ou mais de idade era fumante. Em 2003, a Pesquisa Mundial de Saúde, coordenada no Brasil pela Fundação Oswaldo Cruz, estimou em 18,1% o total de fumantes na população com 18 anos ou mais de idade. A primeira pesquisa Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), realizada pelo Ministério da Saúde em 2006, revelou uma

SF/19403.88467-59



prevalência de fumantes de 16,2% na população com 18 anos ou mais. Já a referida pesquisa do IBGE, de 2008, estimou em 17,5% o percentual de fumantes na população brasileira de 15 anos ou mais de idade. A Pesquisa Vigitel tem sido realizada anualmente. A última divulgada, de 2017, aponta que apenas 10% da população com 18 anos ou mais de idade é fumante (13% dos homens e 8% das mulheres).

Esses números são impressionantes, sobretudo em perspectiva comparada. A meta internacional de redução, entre 2000 e 2025, do consumo de tabaco em pelo menos 30% foi amplamente superada pelo Brasil, e bem antes do prazo estabelecido. O percentual de fumantes do Brasil é menor do que a quase totalidade dos países membros da União Europeia. Segundo os dados divulgados pela Eurostat, que são de 2014, a média naqueles países é de 18,4% de fumantes na população (a pesquisa é realizada entre maiores de 15 anos). Mas há alguns onde a proporção de fumantes é bem maior, como a Grécia (27%), a Hungria (25,8%), a Áustria (23,9%) e a Espanha (22,2%). Nos Estados Unidos, pesquisa realizada pelo Departamento de Saúde apontou que 19,3% da população adulta é usuária de produtos fumígenos (Centers for Disease Control and Prevention. *Morbidity and Mortality Weekly Report*. Vol. 67, n. 44, nov. 2018).

Os números brasileiros não são fruto do acaso, mas de legislação e políticas públicas bem implementadas. Em 1986, foi criado o Programa Nacional de Combate ao Fumo. Em 1988, a nova Constituição foi expressa em determinar que o legislador estabelecesse restrições à propaganda do tabaco. A partir de 1989, a coordenação das políticas nacionais contra o fumo passou a ser feita pelo Instituto Nacional de Câncer, com a criação do Programa Nacional de Controle do Tabagismo. Já no início da década de 1990, o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), qualificou como crime as condutas de vender, fornecer, ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica.

Em 1996, foi aprovada a Lei nº 9.294, que o projeto em exame pretende alterar. Ela trouxe importantes previsões, como a limitação horária à propaganda de cigarro no rádio e na televisão, a exigência de veiculação de advertência sobre os malefícios do fumo nas propagandas e nas próprias

SF/19403.88467-59



embalagens dos produtos, e a criação de fumódromos em recintos coletivos, para reduzir o contato de não fumantes com o tabaco. Em 2000, mudanças relevantes foram promovidas naquele diploma pela Lei nº 10.167, para vedar, entre outros: o uso de produtos fumígenos em veículos de transporte coletivo; a comercialização de produtos fumígenos em estabelecimentos de ensino e de saúde, bem como a venda por via postal; a propaganda por meio eletrônico e a prática do *merchandising*; a propaganda comercial de tabaco no rádio e na televisão, permitindo-a apenas na parte interior dos locais de venda, através de pôsteres, painéis e cartazes. Essa Lei, de iniciativa do Poder Executivo, é fruto do trabalho incansável do Senador José Serra, autor do projeto em exame e à época Ministro de Estado da Saúde, cujos méritos na luta em favor da redução do consumo de tabaco no Brasil devem ser sempre reconhecidos.

Em 2005, o Congresso Nacional aprovou, mediante o Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro daquele ano, o texto da Convenção Quadro sobre o Controle do Uso do Tabaco, da Organização Mundial da Saúde. O Presidente da República a promulgou, mediante o Decreto nº 5.658, de 2 de janeiro de 2006. Com isso, o país se comprometeu a adotar diversas medidas de combate ao tabagismo, algumas das quais contempladas na Lei nº 12.546, de 2011, que: eliminou a figura dos fumódromos, para vedar de vez o cigarro em recintos coletivos fechados, públicos ou privados; vedou a propaganda de cigarro mesmo na forma de pôsteres, painéis e cartazes no interior dos locais de venda; reservou parte substancial da superfície das embalagens para a veiculação de advertências sobre os males do fumo; instituiu uma política de preços mínimos para o cigarro e alterou a sistemática de sua tributação.

Muito já foi feito, mas ainda há espaço para avançar. Os danos em termos de saúde pública, os custos que o vício do cigarro impõe ao Sistema Único de Saúde e à previdência pública, bem como à própria economia, em face da perda de produtividade do trabalhador, estão a indicar que o trabalho do legislador e das autoridades sanitárias, apesar do inegável êxito das medidas implementadas, ainda está incompleto. Ademais, novos desafios se colocam, com a estratégia agressiva da indústria na tentativa de conquistar consumidores jovens. Isso só vem demonstrar a importância de iniciativas como a do Senador Serra, ao apresentar o projeto em análise, bem

SF/19403.88467-59



como a responsabilidade que esta Casa tem na sua apreciação. Feitas essas considerações, iniciamos o exame jurídico do PLS.

Quanto à constitucionalidade formal, não resta dúvida de que o legislador federal detém competência legislativa para dispor a respeito da matéria. O projeto contém previsões relativas à propaganda comercial, ao uso de marcas, à defesa da saúde e do consumidor. Ora, compete à União legislar privativamente sobre direito comercial e propaganda comercial (art. 22, I e XXIX, da Constituição) e concorrentemente sobre produção, consumo, proteção e defesa da saúde (art. 25, V e XII, da Constituição). Ademais, compete à lei federal estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos que possam ser nocivos à saúde, estando a propaganda de tabaco, por isso mesmo, sujeita a restrições legais (art. 220, § 3º, II, e § 4º, da Constituição).

Ainda quanto à constitucionalidade formal, cumpre notar que as disposições do projeto podem ser veiculadas em projeto de autoria parlamentar, por não se referirem a matéria sujeita à reserva de iniciativa presidencial (art. 61, § 1º, da Constituição), excetuado o § 10 que se pretende acrescentar ao art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, o qual dispõe sobre competências da Anvisa e é, em boa hora, suprimido pela Emenda nº 3 – CAS.

A constitucionalidade material do projeto é, certamente, a questão que mais tem levantando discussões ao longo de sua tramitação. Por isso, dedicaremos uma atenção especial ao exame da conformidade de seu texto com a Carta Magna. O exame de constitucionalidade envolve, em muitos pontos, também o do próprio mérito das mudanças propostas, já que, por se tratar de medidas restritivas, é necessário avaliar sua adequação aos fins a que se propõem e a eventual existência de alternativas igualmente eficazes e menos constitutivas. Para iniciar essa análise, faz-se necessário, antes de tudo, delimitar os pontos em que o PLS realmente inova o ordenamento. Veremos a seguir quais são eles, mas não sem antes tecermos breve consideração sobre alguns princípios, direitos e garantias constitucionais que têm sido invocados genericamente contra o projeto.

SF/19403.88467-59



A indústria do tabaco costuma argumentar que as medidas antitabaco ferem princípios e direitos constitucionais como os da livre iniciativa e da liberdade de expressão. Uma invocação feita em termos assim abstratos não convence, já que a interpretação dos preceitos constitucionais não se faz de forma isolada, potencializando de modo absoluto qualquer dos princípios ou direitos reconhecidos na Carta Magna. Como já teve oportunidade de decidir o Supremo Tribunal Federal (Mandado de Segurança nº 23.452, DJ de 12.05.2000):

Não há, no sistema constitucional brasileiro, direitos ou garantias que se revistam de caráter absoluto, mesmo porque razões de relevante interesse público ou exigências derivadas do princípio de convivência das liberdades legitimam, ainda que excepcionalmente, a adoção, por parte dos órgãos estatais, de medidas restritivas das prerrogativas individuais ou coletivas, desde que respeitados os termos estabelecidos pela própria Constituição. O estatuto constitucional das liberdades públicas, ao delinear o regime jurídico a que estas estão sujeitas – e considerado o substrato ético que as informa – permite que sobre elas incidam limitações de ordem jurídica, destinadas, de um lado, a proteger a integridade do interesse social e, de outro, a assegurar a coexistência harmoniosa das liberdades, pois nenhum direito ou garantia pode ser exercido em detrimento da ordem pública ou com desrespeito aos direitos e garantias de terceiros.

Veja-se que a ordem econômica, conquanto fundada na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos uma existência digna e deve observar, entre outros princípios, os da defesa do consumidor e do meio ambiente (art. 170 da Constituição). Os esforços por assegurar uma existência digna envolvem também os cuidados com a saúde individual e coletiva. Tais cuidados são um dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos (art. 196). Para tanto, o Sistema Único de Saúde é dotado de competências para participar do controle e fiscalização da produção e utilização de substâncias e produtos tóxicos (art. 200, VII). O estabelecimento de meios que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos nocivos à saúde é uma imposição constitucional feita ao legislador (art. 220, § 3º, II). A livre iniciativa não é um princípio absoluto. Se o fosse, não seria dado ao Estado proibir a fabricação e o comércio de determinados produtos nocivos à saúde

SF/19403.88467-59



SF/19403.88467-59

e ao meio ambiente. Erigir princípios constitucionais na defesa dos interesses da indústria do tabaco não se revela, por si só, suficiente para deslegitimar medidas restritivas previstas na legislação em vigor e no projeto em exame, já que tais medidas igualmente se alicerçam em outros princípios e direitos constitucionais. No caso de conflito entre princípios, faz-se necessário ponderar valores e buscar uma solução que não comprometa o núcleo essencial dos direitos fundamentais afetados.

Feita essa digressão, vejamos agora quais as principais mudanças promovidas pelo projeto na legislação atual.

Embora a nova redação dada pelo PLS ao *caput* e ao § 1º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, tenha o nítido propósito de tornar o seu alcance o mais amplo possível, não nos parece que, com isso, o projeto tenha promovido inovação substancial nesse âmbito, em que pese o cuidado que demonstra de evitar que se utilizem brechas interpretativas para se escapar das determinações legais. Na essência, a expressão “propaganda comercial”, já constante da Lei, pode ser entendida como publicidade. Aliás, tecnicamente, a publicidade se distinguiria da propaganda exatamente pelos seus fins comerciais, ao passo que a propaganda se referiria à divulgação de ideias, crenças. No Brasil, contudo, os termos são usados praticamente como sinônimos, inclusive pelos tribunais (cf. no Superior Tribunal de Justiça, o Recurso Especial nº 1.057.828, DJe de 27.09.2010). A própria Constituição de 1988, ao tratar do assunto, não aludiu a publicidade, mas a propaganda comercial. Quanto ao patrocínio, a Lei já o veda, em seu art. 3º-A, para atividades culturais ou esportivas. E o termo promoção, utilizado pelo projeto, é por ele mesmo atrelado à ideia de patrocínio, na medida em que este último é definido como *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*.

A nova redação dada pelo PLS ao § 2º do art. 3º da Lei, por seu turno, constitui uma evidente inovação normativa, na medida em que veda a exposição e a visibilidade dos produtos fumígenos nos locais de venda, bem como o uso de máquinas automáticas na sua comercialização. As preocupações do autor do projeto que motivaram essa previsão são as mais nobres. Diante das restrições à publicidade de produtos fumígenos, e dada a importância conferida pela respectiva indústria em atrair novos



consumidores, sobretudo mais jovens, uma estratégia adotada na comercialização é a de dispor os cigarros proximamente a outros produtos consumidos por crianças e adolescentes. O próprio formato e a apresentação gráfica dos maços de cigarro, quando e onde não existem restrições a respeito, são confeccionados de modo a se assemelharem às embalagens de produtos de amplo consumo juvenil. Mesmo quando não existe sanção legal para essa prática, ela se revela moralmente repugnante, na medida em que se aproveita da maior vulnerabilidade e menor discernimento de crianças e adolescentes, para introduzi-los no universo de consumo de um produto que vicia.

Entendemos, no entanto, que a proibição completa de exposição do cigarro nos pontos de venda atenta contra o princípio da proporcionalidade, na medida em que os objetivos pretendidos com a restrição ao direito de expor o produto à comercialização podem ser alcançados por meios menos drásticos. Como se sabe, o princípio da proporcionalidade tem, no Brasil, assento constitucional, na cláusula do devido processo legal material (art. 5º, LIV, da Constituição). De acordo com a jurisprudência pacífica do Supremo Tribunal Federal, *o postulado da proporcionalidade qualifica-se como parâmetro de aferição da própria constitucionalidade material dos atos estatais* (cf. Agravo Regimental no Recurso Extraordinário nº 200.844, DJ de 16.08.2002). Entre outros requisitos, para que um ato normativo restritivo de direitos possa passar no teste da proporcionalidade, deve ser ele considerado **necessário**, no sentido de que nenhum outro gravame que se revele menos intenso seja igualmente eficaz para a consecução do objetivo colimado.

Ora, há como disciplinar a exposição de produtos fumígenos de forma a evitar a sua proximidade ou associação a produtos de grande consumo entre crianças e adolescentes. Isso sem que os maços de cigarro tenham de ficar escondidos, dando ares de clandestinidade a um produto cuja comercialização foi permitida pela própria Carta Magna. Uma tal ocultação de produto cujo comércio é lícito não é verificada relativamente a outros cujo consumo, sem orientação, por crianças e jovens, também pode resultar em grandes males e mesmo risco à vida, como medicamentos e bebidas alcoólicas. Ademais, pensando em termos práticos, se a comercialização lícita de cigarro tiver de ser feita com ocultação do produto, que diferença

A vertical barcode is located on the right margin of the page.
SF/19403.88467-59



haverá para os cigarros clandestinos, que já representam metade daqueles consumidos no Brasil?

Neste contexto, é importante considerar, ainda, a posição favorável do Brasil no que tange o combate ao tabagismo. O sucesso das políticas antitabagismo nacionais aponta a necessidade de avaliarmos cuidadosamente as vantagens e desvantagens de se adotar medidas idênticas às de outros países. A completa proibição da exposição dos produtos fumígenos pode ter impacto negativo no emprego e na renda e representar verdadeira vantagem competitiva para produtos ilegais.

Por tudo isso, entendemos que a regra do projeto pode não passar no teste da proporcionalidade. Diante disso propusemos inicialmente emenda que substituía o interdito à exposição por regras restritivas menos intensas, mas que impediam, nos pontos de venda, a proximidade e a associação do cigarro a produtos de consumo típico de crianças e adolescentes, bem como o uso de recursos sub-reptícios para dar maior destaque, nos estabelecimentos comerciais, aos expositores e mostruários dos produtos fumígenos. Para tanto, havíamos nos inspirado na Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa nº 213, de 23 de janeiro de 2018.

Já a vedação ao uso de máquinas automáticas na comercialização nos parece adequada. Se a própria legislação considera crime a venda, a crianças e adolescentes, de produtos que possam causar dependência (art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), o comércio de cigarro através de máquinas facilita a aquisição do produto por vulneráveis. Ademais, a proibição do uso de máquinas de venda de produtos fumígenos é uma das medidas antitabaco previstas na Convenção Quadro sobre o Controle do Uso do Tabaco, da Organização Mundial da Saúde, à qual o Brasil aderiu (art. 16, n. 5).

No inciso II do § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, com a redação proposta pelo projeto, há uma inconsistência identificada pela CAS. Ao mencionar as empresas às quais se dirige a proibição de propaganda, publicidade, promoção e patrocínio institucional, o dispositivo alude às fabricantes e às exportadoras de produtos fumígenos, deixando de fora as importadoras. Trata-se de uma evidente ofensa ao princípio da isonomia, já que a situação das empresas importadoras, para os fins que justificam a

SF/19403.88467-59



proibição, não se diferencia das demais, sendo desarrazoado conceder-lhe um privilégio em face das fabricantes e exportadoras. Por isso, concordamos com a modificação proposta na Emenda nº 3 – CAS, no sentido de aplicar a referida vedação também às importadoras.

Outra inovação do PLS que suscita questionamento quanto à constitucionalidade é a adoção do padrão gráfico único, mais conhecido como embalagem genérica.

A iniciativa de padronização de embalagens de produtos fumígenos não é inédita. O primeiro país a adotar essa medida foi a Austrália em 2011 (*Tobacco Plain Packaging Act*). Outros países seguiram o exemplo australiano, como o Reino Unido em 2015 (*Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations*), a França (*Loi de modernisation de notre Système de Santé*) e a Nova Zelândia em 2016 (*Smoke-free Environments - Tobacco Standardised Packaging - Amendment Act*).

Medidas desse jaez têm por objetivo eliminar mais um espaço de publicidade do produto, num ambiente regulatório já restritivo. Os países que as adotaram se basearam em estudos trazendo evidências de que o apelo à marca, o *design* da embalagem e a forma sofisticada de apresentação do produto estavam associados a uma maior atratividade do cigarro para o público jovem.

A indústria de tabaco ingressou com ações contra tais medidas na Austrália e no Reino Unido. O Poder Judiciário, no entanto, não vislumbrou inconstitucionalidade nos atos legislativos. Também o Conselho Constitucional Francês considerou válida a lei que instituiu a embalagem genérica. O argumento de que a legislação violava o direito de marca, uma das espécies do direito de propriedade industrial, não foi acolhido.

Como já afirmamos, não existem direitos absolutos. Os países que adotaram a embalagem neutra promoveram restrições ao direito de marca compatíveis com seus próprios ordenamentos jurídicos. No caso do Brasil, contudo, é importante ter em mente que o direito de marca tem *status* constitucional, não depende do mero alvedrio do legislador ordinário. Nos termos do art. 5º, XXIX, da Carta Magna, *a lei assegurará proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a*

SF/19403.88467-59



SF/19403.88467-59

outros signos distintivos. Medidas restritivas desse direito se sujeitam, obviamente, ao controle de constitucionalidade. E não podem atingir o direito em seu chamado núcleo essencial, sob pena de aniquilá-lo. Noutras palavras, o Estado pode promover limitações a um direito constitucional, para assegurar a proteção de outros direitos também reconhecidos pela Constituição. Ao fazê-lo, porém, não pode impor medidas que reduzam a nada o direito restringido.

Ora, a principal função do direito de marca é precisamente promover a associação de um produto a determinado sinal distintivo que o destaque no mercado consumidor. Nesse sentido, confira-se o conceito de marca dado pelo art. 123, I, da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996). Negar que a marca possa figurar na embalagem do produto é negar o próprio direito à marca, já que serventia alguma ela terá fora desse contexto, sobretudo quando a própria propaganda do produto é vedada. A nosso ver, portanto, a previsão da embalagem genérica fere o núcleo essencial do direito fundamental previsto no art. 5º, XXIX, da Constituição. Mesmo que se permita a continuidade do uso do nome – e nem poderia ser de outra forma, pois do contrário não haveria sequer como identificar o produto – a embalagem genérica impedirá o uso de marcas figurativas e mistas. Com tal medida, os produtos do tabaco, apesar de não terem o seu comércio proibido, serão os únicos a ostentar uma proibição dessa natureza, o que também dificilmente se justifica à luz do princípio da isonomia. Veja-se que, embora os medicamentos sejam produtos cujo consumo deva ser cercado de cuidados e suas embalagens igualmente se sujeitem a restrições, estas não alcançam tal magnitude. Basta comparar as embalagens de medicamentos de diferentes laboratórios cujo princípio ativo seja o Ácido Acetilsalicílico (AAS) para se perceber que seu padrão gráfico não é exatamente o mesmo.

Desse modo, dadas as especificidades do Brasil nesse âmbito, gozando o direito de marca de especial proteção, entendemos que a introdução da embalagem genérica atenta contra disposição constitucional expressa. No entanto, consideramos ser possível, por outros meios, alcançar em grande parte os objetivos perseguidos mediante a embalagem genérica. As regras atuais já reduzem bastante o espaço livre nas embalagens. De acordo com os §§ 5º e 6º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, o espaço destinado a cláusulas e imagens de advertência deve ocupar 100% da face



posterior, 100% de uma das laterais e 30% da face frontal. É possível ir além disso, sem ofensa ao direito de marca, como propomos em emenda ao projeto. Uma embalagem de formato padronizado que abra espaço para a divulgação da marca apenas em 35% da face frontal e 35% da face superior, mantidas as restrições de conteúdo hoje existentes (§ 1º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996; art. 6º da Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa nº 195, de 14 de dezembro de 2017), não nos parece que possa dar ao produto ares de sofisticação e atratividade, nem mesmo nas mãos do mais genial dos publicitários.

O projeto também inova ao inserir o art. 3º-C na Lei nº 9.294, de 1996, vedando a importação e a comercialização de produto fumígeno contendo substâncias com propriedades flavorizantes ou aromatizantes que possam conferir, intensificar, modificar ou realçar sabor ou aroma do produto. Tal matéria já é regulada, em nível infralegal, pela Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa nº 14, de 15 de março de 2012, que teve a sua constitucionalidade contestada na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.874. Embora a Relatora no Supremo Tribunal Federal tivesse concedido liminar no sentido de suspender a eficácia da Resolução, o julgamento de Plenário resultou empatado (cinco a cinco), hipótese em que prevalece a presunção de constitucionalidade do ato, que, portanto, continua em vigor. O posicionamento dos Ministros que votaram pela inconstitucionalidade da Resolução não se deveu propriamente a um juízo de reprovação do conteúdo em si da medida restritiva, mas da competência da Anvisa para estabelecê-la. Portanto, é legítimo concluir que, na visão do colegiado como um todo, lei que faça esse tipo de imposição se revela compatível com a Carta Política. Merece transcrição, porque esclarecedor, este trecho da ementa do referido acórdão:

6. Proibição da fabricação, importação e comercialização, no país, de produtos fumígenos derivados do tabaco que contenham as substâncias ou compostos que define como aditivos: compostos e substâncias que aumentam a sua atratividade e a capacidade de causar dependência química. Conformação aos limites fixados na lei e na Constituição da República para o exercício legítimo pela ANVISA da sua competência normativa.

7. A liberdade de iniciativa (arts. 1º, IV, e 170, *caput*, da Lei Maior) não impede a imposição, pelo Estado, de condições e limites para a exploração de atividades privadas tendo em vista sua

SF/19403.88467-59



SF/19403.88467-59

compatibilização com os demais princípios, garantias, direitos fundamentais e proteções constitucionais, individuais ou sociais, destacando-se, no caso do controle do tabaco, a proteção da saúde e o direito à informação. O risco associado ao consumo do tabaco justifica a sujeição do seu mercado a intensa regulação sanitária, tendo em vista o interesse público na proteção e na promoção da saúde.

8. O art. 8º, *caput* e § 1º, X, da Lei nº 9.782/1999 submete os produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, a regime diferenciado específico de regulação, controle e fiscalização pela ANVISA, por se tratar de produtos que envolvem risco à saúde pública. A competência específica da ANVISA para regulamentar os produtos que envolvam risco à saúde (art. 8º, § 1º, X, da Lei nº 9.782/1999) necessariamente inclui a competência para definir, por meio de critérios técnicos e de segurança, os ingredientes que podem e não podem ser usados na fabricação de tais produtos. Daí o suporte legal à RDC nº 14/2012, no que proíbe a adição, nos produtos fumígenos derivados do tabaco, de compostos ou substâncias destinados a aumentar a sua atratividade. De matiz eminentemente técnica, a disciplina da forma de apresentação (composição, características etc.) de produto destinado ao consumo, não traduz restrição sobre a sua natureza.

É certo que a Constituição, ao tratar de restrições à propaganda de tabaco, implicitamente reconheceu a legitimidade do comércio de produtos fumígenos. Isso não implica, porém, que o Estado esteja impedido de regular esse comércio e mesmo de proibi-lo para determinadas variedades dos produtos conforme a sua composição, se presentes relevantes razões para isso. Note-se que o art. 220, § 4º, da Carta Magna também alude a bebidas alcoólicas, medicamentos, agrotóxicos. E, de fato, alguns deles têm sua comercialização proibida no Brasil. É o caso de bebidas com graduação alcoólica superior a 54%, dos medicamentos incluídos na lista de substâncias de uso proscrito no Brasil, constante da Portaria nº 344, de 1998, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, bem como dos agrotóxicos que se enquadrem em algumas das hipóteses do § 6º do art. 3º da Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989.

No caso do fumo, é claro o objetivo da estratégia de inserção de aditivos pela indústria: atrair novos consumidores, sobretudo no segmento mais jovem da população; mascarar sabores, odores e sensações, facilitando



o desenvolvimento do hábito de fumar; e, em alguns casos, até mesmo potencializar o efeito viciante da nicotina, como alertado na audiência pública realizada nesta Comissão. Há fortes razões de ordem constitucional para banir o uso de aditivos nos produtos fumígenos, entre elas a defesa da saúde, do consumidor e o dever de especial proteção às crianças e adolescentes (arts. 196, 170, V, e 227 da Constituição). Com isso, nem se está proibindo o consumo de tabaco, nem tampouco o de aditivos, desde que em outros produtos. Ademais, se nem mesmo o STF concluiu haver inconstitucionalidade na proibição do uso de aditivos em produtos fumígenos estabelecida por resolução da agência reguladora, não é o Poder Legislativo que deve, num exercício esdrúxulo de autorrestrição, enxergar ofensa à Constituição onde tal não existe. Há duas vantagens em se conferir *status legal* a esse restrição específica: (i) a medida passa a gozar de maior estabilidade, pois a agência não poderá desfazê-la numa eventual mudança de posição; (ii) pelas peculiares razões antes descritas, não se formou maioria no STF no sentido da constitucionalidade ou da inconstitucionalidade da Resolução da Anvisa, de sorte que prevaleceu a presunção de sua validade, mas, nesse caso, sem efeito vinculante, o que tem dado margem à continuação das disputas nas instâncias inferiores do Poder Judiciário.

Reconhecemos que a inovação proposta, de uma proibição total, representa uma alteração na bem-sucedida política atual de combate ao tabagismo, que tem se pautado na educação do fumante e na proteção do não fumante. Todavia, por se tratar de um público predominantemente em formação (jovens), acreditamos ser pertinente o endurecimento da política nesse quesito.

A última inovação consiste na mudança promovida no Código de Trânsito Brasileiro, para qualificar como infração conduzir veículo em que haja alguém fumando, quando algum dos passageiros tiver menos de 18 anos de idade. Aqui também não nos parece haver qualquer vício ou excesso. A finalidade é lícita: proteger os vulneráveis contra os malefícios do cigarro. O meio empregado é legítimo: o condutor do automóvel é responsável por aqueles que transporta e o dever de proteção à saúde da criança e do adolescente se impõe não apenas ao Estado e à família, mas a toda a sociedade (art. 227 da Constituição). Se, tendo condições de evitar que a criança ou o adolescente permaneça no espaço reduzido de um automóvel aspirando a fumaça tóxica do cigarro, o condutor nada faz, é justo que se lhe

SF/19403.88467-59



imponha uma sanção administrativa. Cabe mencionar que, poucos anos atrás, o Senado se debruçou sobre o mesmo assunto, no exame do PLS nº 64, de 2015, que qualificava como crime a conduta de fumar em veículos onde se encontrassem gestantes, crianças e adolescentes. O projeto foi aprovado e remetido à Câmara dos Deputados, onde tramita como Projeto de Lei nº 4.074, de 2015. Nada impede, porém, que esta Casa reexamine o assunto, no bojo de um projeto que realiza outras alterações na legislação antitabaco. Cremos inclusive que a abordagem menos drástica, classificando a conduta como infração administrativa, seja a mais adequada, tendo em vista o princípio da intervenção mínima, segundo o qual o Direito Penal deve ser utilizado como *ultima ratio*, como derradeiro instrumento no controle de comportamentos desviantes.

Principalmente em razão dessa última medida, afigura-se-nos de todo apropriada a Emenda nº 6 – CAS, que estabelece uma *vacatio legis* de 90 dias para a futura lei. Realmente, não se trata apenas de aparelhar os órgãos do Poder Executivo e treinar seus servidores para cumprir as novas disposições legais, mas também de esclarecer os destinatários da norma.

No tocante à juridicidade, não há reparos a fazer ao projeto, pois a normatização via lei é adequada e mesmo necessária para o alcance dos objetivos pretendidos, a matéria versada no projeto inova o ordenamento jurídico, suas disposições possuem o atributo da generalidade e são dotadas de potencial coercitividade, além de se revelarem compatíveis com os princípios diretores do sistema de direito pátrio.

Quanto à regimentalidade e à técnica legislativa, é de se louvar o esforço do autor no sentido de conferir maior coerência e inteligibilidade à Lei nº 9.294, de 1996. Como mencionamos no relatório, esse diploma foi objeto de sucessivas alterações pelo legislador, o qual nem sempre foi muito cioso na adaptação de dispositivos que se fazia necessária em face de outras modificações por ele promovidas. O resultado foram as revogações tácitas que o PLS torna expressas.

Ainda no concernente à técnica legislativa, merecem acolhida, a nosso ver, as seguintes emendas apresentadas pelas comissões precedentes como o objetivo de aprimorar o projeto: nº 2 – CTFC, nº 3 – CAS, nº 4 – CAS e nº 5 – CAS. Quanto à Emenda nº 1 – CTFC, exclusivamente de redação,

SF/19403.88467-59



SF/19403.88467-59

embora concordemos com as correções que promove no art. 2º do projeto, propomos a sua rejeição, porque as modificações que, via emenda, propugnamos para o dispositivo são de mérito, com a inclusão de mais um artigo na Lei nº 9.294, de 1996.

Além da emenda ofertada com o propósito de, inserindo o art. 3º-E na Lei, disciplinar a exibição de produtos fumígenos nos pontos de venda e impedir que sejam acondicionados proximamente a produtos de consumo infanto-juvenil, limitamo-nos a apresentar subemendas às Emendas nº 3 e 5 – CAS. À primeira para, como já mencionado anteriormente: (i) eliminar a previsão da embalagem genérica; (ii) reduzir, nas embalagens de produtos fumígenos, o espaço para veiculação da marca, passando a corresponder a 35% da face frontal e 35% da face superior; (iii) manter proibições de conteúdo no uso que o fabricante fará do espaço que lhe restar disponível nas embalagens. Já a subemenda à Emenda nº 5 – CAS se destina a corrigir a referência errônea ao ano de publicação da Lei nº 9.294, de 1996, feita no art. 4º do PLS, bem como a suprimir a revogação ao § 5º do art. 3º da Lei, já que ele é aproveitado para a veiculação das restrições de conteúdo aplicáveis às embalagens.

Retomando a questão da exposição de cigarros em locais de venda, considerando a apresentação da emenda nº 7 – CCJ, atendemos ao apelo de expressivo número de membros da Comissão pela construção de um acordo que acata a mencionada emenda, em nome da unidade do colegiado em torno do combate ao consumo de tabaco no país.

III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela aprovação do Projeto de Lei do Senado nº 769, de 2015, pela rejeição das Emendas nº 1 – CTFC e nº 3 – CAS, e pela aprovação das Emendas nº 2 – CTFC, nºs 4 a 6 – CAS e nº 7 - CCJ, com a seguinte subemenda:



SF/19403.88467-59

SUBEMENDA N° 1 - CCJ
(substitutiva à Emenda nº 5 – CAS)

Dê-se ao *caput* e ao inciso I do art. 4º do PLS nº 769, de 2015, a seguinte redação:

“**Art. 4º** Ficam revogados os seguintes dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996:

I – o § 6º do art. 3º;

.....”

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relatora



EMENDA N° 7 - CCJ
(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 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.

SF/19427.88462-69



SF/19427.88462-69

§ 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)

”



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.

SF/19427.88462-69



SF/19427.88462-69

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

**Relatório de Registro de Presença****CCJ, 03/07/2019 às 10h - 31ª, Ordinária****Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania****Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil (MDB, PRB, PP)**

TITULARES	SUPLENTES	
EDUARDO BRAGA	1. RENAN CALHEIROS	
SIMONE TEBET	2. FERNANDO BEZERRA COELHO	
MECIAS DE JESUS	3. MARCIO BITTAR	PRESENTE
JADER BARBALHO	4. MARCELO CASTRO	PRESENTE
JOSÉ MARANHÃO	5. DÁRIO BERGER	PRESENTE
CIRO NOGUEIRA	6. DANIELLA RIBEIRO	
ESPERIDIÃO AMIN	7. LUIS CARLOS HEINZE	PRESENTE

Bloco Parlamentar PSDB/PSL (PSDB, PSL)

TITULARES	SUPLENTES	
ANTONIO ANASTASIA	1. ROBERTO ROCHA	PRESENTE
TASSO JEREISSATI	2. JOSÉ SERRA	PRESENTE
ELMANO FÉRRER	3. RODRIGO CUNHA	PRESENTE
ORIOVISTO GUIMARÃES	4. LASIER MARTINS	PRESENTE
ROSE DE FREITAS	5. MAJOR OLIMPIO	
JUÍZA SELMA	6. FLÁVIO BOLSONARO	

Bloco Parlamentar Senado Independente (REDE, PDT, CIDADANIA, PSB)

TITULARES	SUPLENTES	
VENEZIANO VITAL DO RÉGO	1. JORGE KAJURU	
CID GOMES	2. MARCOS DO VAL	
FABIANO CONTARATO	3. RANDOLFE RODRIGUES	PRESENTE
ALESSANDRO VIEIRA	4. ACIR GURGACZ	
WEVERTON	5. LEILA BARROS	PRESENTE

Bloco Parlamentar da Resistência Democrática (PT, PROS)

TITULARES	SUPLENTES	
HUMBERTO COSTA	1. TELMÁRIO MOTA	
RENILDE BULHÕES	2. JAQUES WAGNER	PRESENTE
ROGÉRIO CARVALHO	3. PAULO ROCHA	PRESENTE

PSD

TITULARES	SUPLENTES	
OTTO ALENCAR	1. SÉRGIO PETECÃO	PRESENTE
ANGELO CORONEL	2. NELSINHO TRAD	PRESENTE
AROLDE DE OLIVEIRA	3. CARLOS VIANA	PRESENTE

Bloco Parlamentar Vanguarda (DEM, PL, PSC)

TITULARES	SUPLENTES	
RODRIGO PACHECO	1. ZEQUINHA MARINHO	PRESENTE
MARCOS ROGÉRIO	2. MARIA DO CARMO ALVES	PRESENTE
JORGINHO MELLO	3. WELLINGTON FAGUNDES	PRESENTE



Relatório de Registro de Presença

Não Membros Presentes

CHICO RODRIGUES

EDUARDO GIRÃO

IZALCI LUCAS

PAULO PAIM

Senado Federal - Lista de Votação Nominal - PLS 769/2015 (nos termos do Parecer)

Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania - Senadores

TITULARES - Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil (MDB, PRB, PP)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO	SUPLENTES - Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil (MDB, PRB, PP)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO
EDUARDO BRAGA						1. RENAN CALHEIROS					
SIMONE TEBET						2. FERNANDO BEZERRA COELHO					
MECIAS DE JESUS	X					3. MARCIO BITTAR					
JADER BARBALHO						4. MARCELO CASTRO		X			
JOSÉ MARANHÃO						5. DÁRIO BERGER					
CIRO NOGUEIRA						6. DANIELLA RIBEIRO					
ESPERIDÃO AMIN	X					7. LUIS CARLOS HEINZE					
TITULARES - Bloco Parlamentar PSDB/PSL (PSDB, PSL)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO	SUPLENTES - Bloco Parlamentar PSDB/PSL (PSDB, PSL)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO
ANTONIO ANASTASIA	X					1. ROBERTO ROCHA		X			
TASSO JEREISSATI						2. JOSÉ SERRA		X			
ELMANO FÉRRER						3. RODRIGO CUNHA					
ORIOVISTO GUIMARÃES	X					4. LASIER MARTINS					
ROSE DE FREITAS	X					5. MAJOR OLÍMPIO					
JUÍZA SELMA	X					6. FLÁVIO BOLSONARO					
TITULARES - Bloco Parlamentar Senado Independente (REDE, PDT, CIDADANIA, PSB)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO	SUPLENTES - Bloco Parlamentar Senado Independente (REDE, PDT, CIDADANIA, PSB)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO
VENEZIANO VITAL DO RÉGO	X					1. JORGE KAJURU					
CID GOMES						2. MARCOS DO VAL					
FABIANO CONTARATO	X					3. RANDOLFE RODRIGUES					
ALESSANDRO VIEIRA	X					4. ACIR GURGACZ					
WEVERTON						5. LEILA BARROS		X			
TITULARES - Bloco Parlamentar da Resistência Democrática (PT, PROS)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO	SUPLENTES - Bloco Parlamentar da Resistência Democrática (PT, PROS)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO
HUMBERTO COSTA	X					1. TELMÁRIO MOTA					
RENILDE BULHÕES	X					2. JAQUES WAGNER					
ROGÉRIO CARVALHO						3. PAULO ROCHA					
TITULARES - PSD			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO	SUPLENTES - PSD			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO
OTTO ALENCAR						1. SÉRGIO PETECÃO					
ANGELO CORONEL	X					2. NELSINHO TRAD					
AROLDE DE OLIVEIRA						3. CARLOS VIANA					
TITULARES - Bloco Parlamentar Vanguarda (DEM, PL, PSC)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO	SUPLENTES - Bloco Parlamentar Vanguarda (DEM, PL, PSC)			SIM	NÃO	ABSTENÇÃO
RODRIGO PACHECO						1. ZEQUINHA MARINHO					
MARCOS ROGÉRIO	X					2. MARIA DO CARMO ALVES					
JORGINHO MELLO	X					3. WELLINGTON FAGUNDES					

Quórum: **TOTAL 19**

Votação: **TOTAL 18 SIM 18 NÃO 0 ABSTENÇÃO 0**

* Presidente não votou

Senadora Simone Tebet
Presidente

ANEXO II, ALA SENADOR ALEXANDRE COSTA, PLENÁRIO Nº 3, EM 03/07/2019

OBS: COMPETE AO PRESIDENTE DESEMPATAR AS VOTAÇÕES QUANDO OSTENSIVAS (RISF, art. 89, XI)



SENADO FEDERAL
SECRETARIA-GERAL DA MESA
SECRETARIA DE COMISSÕES
COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E CIDADANIA

TEXTO FINAL

Do PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 769, DE 2015
Na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania 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.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Os arts. 3º e 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

“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.

§ 6º Revogado

§ 7º

§ 8º 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.

§ 9º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as mensagens a que se refere o § 8º 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 30% de sua parte frontal e em uma de suas laterais.

§ 10. O disposto nos §§ 8º e 9º deste artigo será regulamentado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA.” (NR)

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.

§ 1º As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estúdios, veículos de competição e locais similares.

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

Art. 2º Incluam-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos 3º-D e 8º-A:

“**Art. 3º-D.** Ficam proibidas a importação e a comercialização no país de produto fumígeno derivado do tabaco que contenha substâncias sintéticas e naturais, em qualquer forma de apresentação, com propriedades flavorizantes ou aromatizantes que possam conferir, intensificar, modificar ou realçar sabor ou aroma do produto.”

“**Art. 8º-A.** A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios das bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa.”

Art. 3º O art. 162 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso VII:

“**Art. 162.**

.....
VII – em que haja alguém fumando, se houver passageiro menor de dezoito anos:

Infração - gravíssima;
Penalidade - multa.” (NR)

Art. 4º Ficam revogados os seguintes dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996:

I – o § 6º do art. 3º;

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

III - o art. 3º-C.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor após decorridos noventa dias de sua publicação oficial.”

Sala da Comissão, 03 de julho de 2019.

Senadora **SIMONE TEBET**, Presidente

DECISÃO DA COMISSÃO

(PLS 769/2015)

NA 31^a REUNIÃO ORDINÁRIA, REALIZADA NESTA DATA, A COMISSÃO APROVA O PROJETO E AS EMENDAS N^oS 2-CTFC-CAS-CCJ, 4-CAS-CCJ, 6-CAS-CCJ, 7-CCJ, E A EMENDA N^o 5-CAS, NOS TERMOS DA SUBEMENDA N^o 1-CCJ (SUBSTITUTIVA) E REJEITA AS EMENDAS N^oS 1-CTFC-CAS E 3-CAS RELATADOS PELA SENADORA LEILA BARROS

03 de Julho de 2019

Senadora **SIMONE TEBET**

Presidente da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania