



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO

Nº 633, DE 2015

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para vedar a exposição de produtos fumígenos nos locais de vendas.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“**Art. 3º** É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, bem como a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, ressalvada a exibição da tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo.

.....
§ 8º Os produtos referidos no *caput*, desde que acompanhados das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º, poderão ser expostos no interior dos estabelecimentos destinados especificamente à sua comercialização.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor após decorridos noventa dias da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo é uma doença caracterizada pela dependência à nicotina, atingindo mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), o tabagismo está relacionado a mais de cinquenta outras doenças, entre elas o câncer, a bronquite, o enfisema, a hipertensão arterial, o infarto do miocárdio e o acidente vascular cerebral, sendo a principal causa de morte evitável no mundo.

A maioria dos fumantes se torna dependente até o final da adolescência, pois o segmento jovem é mais vulnerável às estratégias da indústria tabagista para reposicionar o seu mercado consumidor.

Assim, todos os esforços devem ser voltados para a prevenção e, especialmente, para a redução do acesso aos produtos de tabaco, principalmente em relação às crianças e aos jovens.

Nesse sentido, tomamos como parâmetro a Islândia, país que avançou bastante no controle do tabagismo, e onde existe uma norma que proíbe a exposição de cigarros nos pontos de venda. Graças a isso, estima-se que a taxa de fumantes entre jovens tenha diminuído em até 10% naquele país.

Atualmente, no Brasil, a lei permite a exposição dos referidos produtos nos locais de venda. Porém, consideramos que reduzir ainda mais a visibilidade do produto, e, portanto, o seu apelo comercial, pode ser uma medida eficaz para desencorajar os jovens a fumar.

Por conseguinte, a medida que ora propomos almeja reforçar mudanças de atitude e de comportamento, diminuindo a iniciação ao tabagismo e facilitando a cessação de fumar.

Sala das Sessões,

Senador **WALDEMIR MOKA**

LEGISLAÇÃO CITADA

[Lei nº 9.294, de 15 de Julho de 1996 - LEI MURAD - 9294/96](#)
[artigo 3º](#)

(Às Comissões de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle; e de Assuntos Sociais, cabendo à última decisão terminativa)