

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 (Lei Antifumo), para vedar a propaganda de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, e o uso de aditivos, bem como para estabelecer formato padrão para as embalagens desses produtos; e altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 (Código de Trânsito Brasileiro), para qualificar como infração de trânsito o ato de fumar em veículos quando houver passageiros menores de 18 (dezoito) anos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 (Lei Antifumo), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“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, produto fumígeno, derivado ou não do tabaco;

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, produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, ou seu consumo;

III – (revogado);

IV – (revogado);

V – (revogado);

VI – (revogado).

§ 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, derivados ou não do tabaco, 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 – nesta última hipótese, variando no máximo a cada 5 (cinco) meses – e de forma legível e ostensivamente destacada, juntamente com outras informações exigidas pelo Poder Público, em:

I – 100% (cem por cento) de sua face posterior;

II – 65% (sessenta e cinco por cento) de sua face frontal;

III – 100% (cem por cento) de sua face inferior e de suas faces laterais esquerda e direita;

IV – 65% (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 – associar o uso do produto a 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;

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).

.....” (NR)

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

“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 liberadas da exigência do art. 8º-A desta Lei.” (NR)

“Art. 8º-A. A propaganda de bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas conterá frases de advertência sobre seus malefícios.

Parágrafo único. As frases de advertência referidas no **caput**, estabelecidas pelo Ministério da Saúde, serão usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa, e sempre que possível serão faladas e escritas, de acordo com as características do meio de comunicação em que a propaganda for veiculada.”

Art. 2º O art. 162 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 (Código de Trânsito Brasileiro), passa a vigorar acrescido do seguinte inciso VII:

“Art. 162.

.....
 VII – em que haja alguém fumando, se houver passageiro menor de 18 (dezoito) anos:

Infração – gravíssima;

Penalidade – multa.” (NR)

Art. 3º Revogam-se os seguintes dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 (Lei Antifumo):

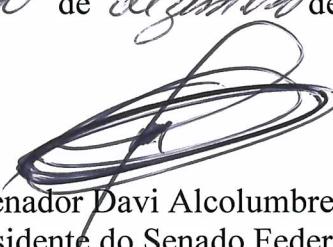
I – os incisos III a VI do § 1º e o § 6º do art. 3º;

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

III – o art. 3º-C.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial.

Senado Federal, em 10 de dezembro de 2019.


 Senador Davi Alcolumbre
 Presidente do Senado Federal