



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 5.927, DE 2013

(Do Sr. Fábio Souto)

Altera a redação do caput e do § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e lhe acrescenta o § 8º, para proibir qualquer propaganda comercial de cigarros, cigarilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-3089/2000.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação do *caput* e do § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e lhe acrescenta o § 8º, para proibir qualquer propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda.

Art. 2º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do Art. 220 da Constituição Federal, passa a vigorar com a seguinte redação.

“Art. 3º É vedado, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda. (NR)”

Art. 3º O § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do Art. 220 da Constituição Federal, passa a vigorar com a seguinte redação.

“Art. 3º

.....

§ 1º

.....

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumíferos, com exceção dos destinados à exportação, e o painel referido no § 8º deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (NR)”

Art. 4º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do Art. 220 da Constituição Federal, passa a vigorar acrescido do seguinte § 8º.

“Art. 3º

§ 1º

§ 8º Nos locais de venda, os produtos referidos no caput deverão estar estocados em local não visível ao público, sendo permitida tão somente a exposição de painel na parte interna dos locais de venda indicando a existência desses produtos para comercialização, com texto, dimensões e demais características a serem definidos em regulamento, devendo o painel ser obrigatoriamente acompanhado das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva 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.”

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Desde 27 de dezembro de 2000, por força da Lei nº 10.167, a publicidade de cigarros e outros produtos fumígenos está restrita à parte interna dos pontos de venda. Posteriormente, a Lei nº 12.546, de 2011, alterou novamente essas regras, estabelecendo que a propaganda desses produtos nos locais de venda deveria ser acompanhada das cláusulas de advertência sobre os malefícios do cigarro previstas em Lei.

Como podemos ver, neste espaço de tempo entre a promulgação da legislação que restringe a publicidade de cigarros, ocorrida em julho de 1996, e os dias atuais, houve diversos avanços, que restringiram ainda mais as atividades de marketing do setor. A maior das conquistas do período foi, sem dúvida, a proibição completa da propaganda de cigarros nos meios de comunicação, algo salutar nas políticas de combate ao fumo no Brasil.

Contudo, a indústria do cigarro contra-atacou, criando novas estratégias de marketing que incluíram, primordialmente, a ampliação do número de pontos de venda e, conseqüentemente, um aumento significativo da propaganda de tabaco nesses estabelecimentos, aproveitando-se das brechas geradas pelas Leis

10.167/2000 e 12.546/2011. Hoje, centenas de milhares de supermercados, padarias, lojas de conveniência, bancas de jornal e outros estabelecimentos comercializam cigarros e exibem, indiscriminadamente, pôsteres com publicidade desses produtos. Há ainda os postos de venda itinerantes ou temporários, estrategicamente instalados em eventos culturais e esportivos de grande apelo popular, o que amplia significativamente a exposição das marcas produtoras de derivados do tabaco.

Pesquisa realizada pelo instituto Datafolha em 2008, em parceria com a Aliança de Controle do Tabagismo, mostra o quanto esta nova estratégia de propaganda em pontos de venda é danosa. Os dados, coletados em seis capitais, revelam que entre jovens de 12 a 22 anos, 79% veem cigarros à venda em padarias, 71% nos supermercados e 58% nos bares. Para 71% dos entrevistados, essa exposição é considerada um fator que influencia na decisão de se começar a fumar. O potencial devastador desse tipo de marketing é maximizado pela localização estratégica dos maços de cigarro e dos displays de exposição próximo a produtos de grande apelo junto a crianças – balas e doces nos supermercados e padarias; álbuns de figurinhas e gibis nas bancas de jornal; e até mesmo próximo a brinquedos e DVDs infantis em lojas de conveniência.

Para debelar este problema de uma vez por todas, apresentamos o presente Projeto de Lei, que altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, para proibir qualquer propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda. Além disso, nossa proposição estabelece que os maços de cigarro devam ser estocados, nos pontos de venda, em local não visível ao público.

Com a certeza da conveniência e oportunidade da presente proposição, conclamamos o apoio dos nobres parlamentares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 10 de julho de 2013.

Deputado FÁBIO SOUTO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

.....

**TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL**

.....

**CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as Restrições ao Uso e à Propaganda de Produtos Fumíferos, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

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, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva 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. [*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*](#)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - 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; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases

estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa. [*\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)*](#)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. [*\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)*](#)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo 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 uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. [*\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)*](#)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. [*\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)*](#)

§ 7º [*\(VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)*](#)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: [*\(Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

I - a venda por via postal; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003\)*](#)

IX - a venda a menores de dezoito anos. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003\)*](#)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as representações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

DECRETO Nº 7.660, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2011

Aprova a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV da Constituição, e tendo em vista o disposto nos incisos I e II do caput do art. 4º do Decreto-Lei nº 1.199, de 27 de dezembro de 1971, no Decreto nº 2.376, de 12 de novembro de 1997, no inciso XIX do caput do art. 2º do Decreto nº 4.732, de 10 de junho de 2003, e na Resolução Camex nº 94, de 8 de dezembro de 2011,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovada a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI anexa a este Decreto.

Art. 2º A TIPI aprovada por este Decreto tem por base a Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM.

Art. 3º A NCM constitui a Nomenclatura Brasileira de Mercadorias baseada no Sistema Harmonizado - NBM/SH para todos os efeitos previstos no art. 2º do Decreto-Lei nº 1.154, de 1º de março de 1971.

Art. 4º Fica a Secretaria da Receita Federal do Brasil autorizada a adequar a TIPI, sempre que não implicar alteração de alíquota, em decorrência de alterações promovidas na NCM pela Câmara de Comércio Exterior - CAMEX.

Parágrafo único. Aplica-se ao ato de adequação referido no caput o disposto no inciso I do caput do art. 106 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966, Código Tributário Nacional - CTN.

Art. 5º A Tabela anexa ao Decreto nº 4.070, de 28 de dezembro de 2001, aplica-se exclusivamente para fins do disposto no art. 7º da Lei nº 10.451, de 10 de maio de 2002.

Art. 6º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir de 1º de janeiro de 2012.

Art. 7º Ficam revogados, a partir de 1º de janeiro de 2012:

I - os arts. 10, 14 e 15 do Decreto nº 7.567, de 15 de setembro de 2011;

II - os arts. 3º a 5º do Decreto nº 7.604, de 10 de novembro de 2011;

III - o Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006;

IV - o Decreto nº 6.024, de 22 de janeiro de 2007;

V - o Decreto nº 6.072, de 3 de abril de 2007;

VI - o Decreto nº 6.184, de 13 de agosto de 2007;

VII - o Decreto nº 6.225, de 4 de outubro de 2007;
 VIII - o Decreto nº 6.227, de 8 de outubro de 2007;
 IX - o Decreto nº 6.455, de 12 de maio de 2008;
 X - o Decreto nº 6.465, de 27 de maio de 2008;
 XI - o Decreto nº 6.501, de 2 de julho de 2008;
 XII - o Decreto nº 6.520, de 30 de julho de 2008;
 XIII - o Decreto nº 6.588, de 1º de outubro de 2008;
 XIV - o Decreto nº 6.677, de 5 de dezembro de 2008;
 XV - o Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008;
 XVI - o Decreto nº 6.696, de 17 de dezembro de 2008;
 XVII - o Decreto nº 6.723, de 30 de dezembro de 2008;
 XVIII - o Decreto nº 6.743, de 15 de janeiro de 2009;
 XIX - o Decreto nº 6.809, de 30 de março de 2009;
 XX - o Decreto nº 6.890, de 29 de junho de 2009;
 XXI - o Decreto nº 6.905, de 20 de julho de 2009;
 XXII - o Decreto nº 6.996, de 30 de outubro de 2009;
 XXIII - o Decreto nº 7.017, de 26 de novembro de 2009;
 XXIV - o Decreto nº 7.032, de 14 de dezembro de 2009;
 XXV - o Decreto nº 7.060 de 30 de dezembro de 2009;
 XXVI - o Decreto nº 7.145, de 30 de março de 2010;
 XXVII - o Decreto nº 7.394, de 15 de dezembro de 2010;
 XXVIII - o Decreto nº 7.437, de 10 de fevereiro de 2011;
 XXIX - Decreto nº 7.541, de 2 de agosto de 2011;
 XXX - Decreto nº 7.542, de 2 de agosto de 2011;
 XXXI - Decreto nº 7.543, de 2 de agosto de 2011;
 XXXII - Decreto nº 7.614, de 17 de novembro de 2011; e
 XXXIII - Decreto nº 7.631, de 1º de dezembro de 2011.

Brasília, 23 de dezembro de 2011; 190º da Independência e 123º da República.

DILMA ROUSSEFF

Guido Mantega

.....

SEÇÃO IV
 PRODUTOS DAS INDÚSTRIAS ALIMENTARES;
 BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOÓLICOS E VINAGRES;
 TABACO E SEUS SUCEDÂNEOS MANUFATURADOS

.....

CAPÍTULO 24
 TABACO E SEUS SUCEDÂNEOS MANUFATURADOS

Nota.

1.- O presente Capítulo não compreende os cigarros medicamentosos (Capítulo 30).

Nota de subposição.

1.- Na acepção da subposição 2403.11, a expressão “tabaco para narguilé (cachimbo de água)” refere-se ao tabaco próprio para ser fumado num narguilé (cachimbo de água) e que consiste numa mistura de tabaco e de glicerol, mesmo que contenha óleos e extratos aromáticos, melaços ou açúcar e mesmo aromatizado com frutas. Todavia, os produtos para serem fumados num narguilé (cachimbo de água), que não contenham tabaco, estão excluídos da presente subposição.

Nota Complementar (NC) da TIPI

NC (24-1) Nos termos do disposto na alínea “b” do § 2º do art. 1º da Lei nº 7.798, de 10 de julho de 1989, com suas posteriores alterações, as saídas dos estabelecimentos industriais ou equiparados a industrial de fumo picado, desfiado, migado ou em pó, não destinado a cachimbos, e o fumo em corda ou em rolo, classificados no código 2403.1, ficam sujeitos ao imposto de cinquenta centavos por quilograma.

O disposto nesta NC não se aplica às operações de venda de fumo em corda ou em rolo destinada a estabelecimento industrial beneficiador do produto.

NCM	DESCRIÇÃO	ALÍQUOTA (%)
24.01	Tabaco não manufaturado; desperdícios de tabaco.	
2401.10	- Tabaco não destalado	
2401.10.10	Em folhas, sem secar nem fermentar	NT
2401.10.20	Em folhas secas ou fermentadas tipo capeiro	NT
2401.10.30	Em folhas secas em secador de ar quente (<i>flue cured</i>), do tipo Virgínia	NT
2401.10.40	Em folhas secas, com um conteúdo de óleos voláteis superior a 0,2 %, em peso, do tipo turco	NT
2401.10.90	Outros	NT
2401.20	- Tabaco total ou parcialmente destalado	
2401.20.10	Em folhas, sem secar nem fermentar	30
2401.20.20	Em folhas secas ou fermentadas tipo capeiro	30
2401.20.30	Em folhas secas em secador de ar quente (<i>flue cured</i>), do tipo Virgínia	30
2401.20.40	Em folhas secas (<i>light air cured</i>), do tipo Burley	30
2401.20.90	Outros	30
2401.30.00	- Desperdícios de tabaco	NT
24.02	Charutos, cigarrilhas e cigarros, de tabaco ou dos seus sucedâneos.	
2402.10.00	- Charutos e cigarrilhas, que contenham tabaco	30
	Ex 01 - Cigarrilhas	300
2402.20.00	- Cigarros que contenham tabaco	300
	Ex 01 - Feitos à mão	30
2402.90.00	- Outros	30
	Ex 01 - Cigarros não contendo fumo (tabaco), exceto os feitos à mão	300
24.03	Outros produtos de tabaco e seus sucedâneos, manufaturados; tabaco "homogeneizado" ou "reconstituído"; extratos e molhos de tabaco.	
2403.1	- Tabaco para fumar, mesmo que contenha sucedâneos de tabaco em qualquer proporção:	
2403.11.00	-- Tabaco para narguilé (cachimbo de água) mencionado na Nota 1 de subposição do presente Capítulo	30
2403.19.00	-- Outros	30
2403.9	- Outros:	
2403.91.00	-- Tabaco "homogeneizado" ou "reconstituído"	30
2403.99	-- Outros	
2403.99.10	Extratos e molhos	30
2403.99.90	Outros	30

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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

"Art. 2º
.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. "(NR)

"Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (NR)

§ 1º
.....

IV - 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; (NR)

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (NR)
.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR)
.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses." (NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

- II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
- III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
- IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
- V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
- VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
- VII - a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising, nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
- VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricantes, sem recomendação de consumo. "

"Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígeos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. "

"Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (NR)

.....

V - multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

- I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
- II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transporte do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO) "

Art. 2º. (VETADO)

Art. 3º. (VETADO)

Art. 4º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 27 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

José Gregori

Pedro Malan

Marcus Vinicius Pratini de Moraes

José Serra

Benjamin Benzaquen Sicsú

Martus Tavares

Pimenta da Veiga

LEI Nº 12.546, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2011

Institui o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra); dispõe sobre a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) à indústria automotiva; altera a incidência das contribuições previdenciárias devidas pelas empresas que menciona; altera as Leis nº 11.774, de 17 de setembro de 2008, nº 11.033, de 21 de dezembro de 2004, nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, nº 10.865, de 30 de abril de 2004, nº 11.508, de 20 de julho de 2007, nº 7.291, de 19 de dezembro de 1984, nº 11.491, de 20 de junho de 2007, nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, e nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e a Medida Provisória nº 2.199-14, de 24 de agosto de 2001; revoga o art. 1º da Lei nº 11.529, de 22 de outubro de 2007, e o art. 6º

do Decreto-Lei nº 1.593, de 21 de dezembro de 1977, nos termos que especifica; e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º É instituído o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra), com o objetivo de reintegrar valores referentes a custos tributários federais residuais existentes nas suas cadeias de produção.

Art. 2º No âmbito do Reintegra, a pessoa jurídica produtora que efetue exportação de bens manufaturados no País poderá apurar valor para fins de ressarcir parcial ou integralmente o resíduo tributário federal existente na sua cadeia de produção.

§ 1º O valor será calculado mediante a aplicação de percentual estabelecido pelo Poder Executivo sobre a receita decorrente da exportação de bens produzidos pela pessoa jurídica referida no *caput*.

§ 2º O Poder Executivo poderá fixar o percentual de que trata o § 1º entre zero e 3% (três por cento), bem como poderá diferenciar o percentual aplicável por setor econômico e tipo de atividade exercida.

§ 3º Para os efeitos deste artigo, considera-se bem manufaturado no País aquele:

I - classificado em código da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados (Tipi), aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006, relacionado em ato do Poder Executivo; e

II - cujo custo dos insumos importados não ultrapasse o limite percentual do preço de exportação, conforme definido em relação discriminada por tipo de bem, constante do ato referido no inciso I deste parágrafo.

§ 4º A pessoa jurídica utilizará o valor apurado para:

I - efetuar compensação com débitos próprios, vencidos ou vincendos, relativos a tributos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, observada a legislação específica aplicável à matéria; ou

II - solicitar seu ressarcimento em espécie, nos termos e condições estabelecidos pela Secretaria da Receita Federal do Brasil.

§ 5º Para os fins deste artigo, considera-se exportação a venda direta ao exterior ou à empresa comercial exportadora com o fim específico de exportação para o exterior.

§ 6º O disposto neste artigo não se aplica a:

I - empresa comercial exportadora; e

II - bens que tenham sido importados.

§ 7º A empresa comercial exportadora é obrigada ao recolhimento do valor atribuído à empresa produtora vendedora se:

I - revender, no mercado interno, os produtos adquiridos para exportação; ou

II - no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contado da data da emissão da nota fiscal de venda pela empresa produtora, não houver efetuado a exportação dos produtos para o exterior.

§ 8º O recolhimento do valor referido no § 7º deverá ser efetuado até o décimo dia subsequente:

I - ao da revenda no mercado interno; ou

II - ao do vencimento do prazo estabelecido para a efetivação da exportação.

(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)

§ 9º O recolhimento do valor referido no § 7º deverá ser efetuado acrescido de multa de mora ou de ofício e de juros equivalentes à taxa referencial do Sistema Especial de Liquidação e de Custódia (Selic), para títulos federais, acumulada mensalmente, calculados a partir do primeiro dia do mês subsequente ao da emissão da nota fiscal de venda dos produtos para a empresa comercial exportadora até o último dia do mês anterior ao do pagamento, e de 1% (um por cento) no mês do pagamento. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)

§ 10. As pessoas jurídicas de que tratam os arts. 11-A e 11- B da Lei nº 9.440, de 14 de março de 1997, e o art. 1º da Lei nº 9.826, de 23 de agosto de 1999, poderão requerer o Reintegra. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)

§ 11. Do valor apurado referido no *caput*:

I - 17,84% (dezessete inteiros e oitenta e quatro centésimos por cento) corresponderão a crédito da Contribuição para o PIS/Pasep; e

II - 82,16% (oitenta e dois inteiros e dezesseis centésimos por cento) corresponderão a crédito da Cofins. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
