



CÂMARA DOS DEPUTADOS  
(DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)

ASSUNTO:

Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

PL - 3.310/97

NOVO DESPACHO: (13/06/2000)

ÀS COMISSÕES DE:

- Seguridade Social e Família

- Economia, Indústria e Comércio

DESPACHO: - Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática

- Constituição e Justiça e de Redação (Art. 54)

APENSE-SE A ESTE O PROJETO DE LEI Nº 3.381 DE 1997



Nº 1.846, DE

AO ARQUIVO

em

22

de

julho

de

1997

DISTRIBUIÇÃO

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

Ao Sr. \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_

O Presidente da Comissão de \_\_\_\_\_

DE 19 97

3.310

PROJETO N.º



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997  
(DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)



Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

PL. - 3.310/97

NOVO DESPACHO: (13/06/2000)

ÀS COMISSÕES DE:

(API

- Seguridade Social e Família
- Economia, Indústria e Comércio
- Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática
- Constituição e Justiça e de Redação (Art. 54)

APENSE-SE A ESTE O PROJETO DE LEI Nº 3.381 DE 1997







CÂMARA DOS DEPUTADO

Apense-se ao PL. 4846/94

Em 24/06/97

PRESIDENTE

**PROJETO DE LEI Nº 3310 DE 1997**  
(Do Sr. CARLOS APOLINÁRIO)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação.

§ 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 atribuir aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito assemelhado;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas ou insinuar aumento de virilidade ou feminilidade nas pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de esportes, nem sugerir ou induzir o seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2º A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no parágrafo anterior.





§ 4º As cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deverão ser escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

§ 5º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

### JUSTIFICAÇÃO

No combate ao tabagismo a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representou importante vitória da sociedade brasileira, ao impor limitações à publicidade dos produtos fumíferos. Trata-se, porém, de um mero passo inicial no controle desse terrível vício que, segundo esclarecem diversas matérias publicadas em conceituadas revistas e jornais, provoca doenças graves e de tratamento oneroso, dentre as quais o enfisema pulmonar, a úlcera e o câncer são as mais conhecidas. O País consome bilhões de reais ao ano no tratamento dessas doenças pelo sistema público de saúde, longo e oneroso. Perde a própria economia, em virtude de licenças de trabalho e absenteísmo.

A iniciativa que ora propomos busca aperfeiçoar a Lei vigente, tornando mais restritiva a publicidade de tabaco em todas as suas formas. Entendemos, sobretudo, que deva ser proibida a publicidade nos meios de comunicação audiovisual, que asseguram um alcance muito elevado à mensagem.

A proposição modifica o art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, limitando a veiculação de propaganda à imprensa escrita, aos painéis, cartazes e outdoors, mantendo inalteradas as demais disposições daquela Lei. Também torna mais rigorosos os princípios que deverão reger a publicidade do tabaco.





CÂMARA DOS DEPUTADOS



Certos da importância da iniciativa, solicitamos aos nobres Pares o necessário apoio à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 24 de julho de 1997.

Deputado CARLOS APOLINÁRIO

70444200.130





**LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996**

DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E  
À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGE-  
ROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICA-  
MENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍ-  
COLAS, NOS TERMOS DO § 4 DO ART.220  
DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no ar-  
tigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão  
no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º - A propaganda comercial dos produtos referidos neste ar-  
tigo 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 cí-  
vicas 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 sexuali-  
dade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade  
de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de esportes olímpi-  
cos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações peri-  
gosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao  
consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens,  
a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2º - A propaganda conterà, nos meios de comunicação e em  
função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os  
malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas





seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

- I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;
- II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;
- III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;
- IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;
- V - evite fumar na presença de crianças;
- VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º - As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no Art. 2º conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4º - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2 deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....  
.....





CÂMARA DOS DEPUTADOS

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

**REQUERIMENTO**  
(Do Sr. Jutahy Júnior)

*De furo; publicidade.*  
*Em 13/06/00.*

*[Assinatura]*  
*Presidente*

Senhor Presidente,

Em adendo ao requerimento anteriormente apresentado, requiero a V. Exa., nos termos do artigo 142 do Regimento Interno, que sejam desapensados os Projetos de Lei nºs 3.310/97, 112/99, 844/99, 1.600/99, 2.344/2000, 2.734/2000 e 2.956/2000, do Projeto de Lei nº 4.846/94, do Sr. Francisco Silva, que "Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas", e que os mesmos tramitem em conjunto.

**JUSTIFICATIVA**

Os referidos projetos de lei apensados ao PL nº 4.846/94 tratam especificamente da proibição de publicidade de cigarros nos meios de comunicação, sendo extremamente prudente e racional que sua tramitação ocorra separadamente. Tanto o consumo e a propaganda de bebidas alcóolicas como a de cigarros são assuntos que por sua complexidade não deverão ser analisados em conjunto. Por essa razão, cuidando as referidas proposições apenas e tão somente de proibir a publicidade de cigarros, não há razão para estarem apensadas ao PL 4.846/94.

Sala das Sessões, 13 de junho de 2000

*[Assinatura]*  
Deputado **JUTAHY JÚNIOR**  
PSDB/BA



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**E R R A T A**

(Republica-se em virtude de novo despacho do Sr. Presidente)

ONDE SE LÊ:

PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997  
(DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)

Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1.994)

LEIA-SE:

PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997  
(DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)

Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

(ÀS COMISSÕES DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA; DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO; DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54))





CÂMARA DOS DEPUTADOS

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

REQUERIMENTO

*[Assinatura]*  
14/06/00

Requeremos a Vossa Excelência, nos termos do artigo 155 do Regimento Interno, urgência para apreciação do PL nº 3.156/00, que "dá nova redação a dispositivos da Lei nº 9.294/96, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas".

Sala das Sessões, 13 de junho de 2000.

*[Assinatura]*  
JUTAHY JUNIOR  
Vice-Líder do Bloco PSDB/PTB

*[Assinatura]*  
PL - Vice

*[Assinatura]* - PT WALTER PINHEIRO

*[Assinatura]* POT  
Sérgio M. *[Assinatura]*  
- PCB-PSB -





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994 (Do Sr. Francisco Silva)

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

(ÀS COMISSÕES DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54) -ART. 24, II)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art.1º É vedado à publicidade comercial de bebidas alcoólicas e efetuar qualquer conexão entre bebidas e práticas desportiva.

§ 1º Toda publicidade comercial de bebidas alcoólicas deverá conter, no seu término, a seguinte advertência : "O consumo de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde".

§ 2º No caso de televisão a expressão prevista no parágrafo anterior deverá ser audiovisual.

§ 3º A mesma advertência de que trata o parágrafo anterior será incluída na publicidade em jornais, revistas e através das emissoras de radiofusão.

§ 4º A publicidade comercial de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão só poderá ser realizada após às 22 (vinte e duas) horas.

Art.2º É vedada a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios de esportes.

Art.3º Não é permitida a comercialização de bebidas alcoólicas em estabelecimentos de qualquer natureza às margens das rodovias federais.

Art.4º A inobservância a qualquer das disposições desta lei sujeitará os infratores a multa de dois mil reais.

Parágrafo único No caso de reincidência, a multa será aplicada em dobro.



Art.5º O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de sessenta dias, dispondo, inclusive sobre a forma de fiscalização de seu cumprimento.

Art.6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art.7º Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, aos

### JUSTIFICAÇÃO

Ingenuamente, muitas pessoas pensam que o consumo de bebidas alcoólicas não configura vício ou dependência química.

Entretanto, é tudo isso e muito mais: a própria Organização Mundial de Saúde, órgão vinculado à ONU já catalogou o alcoolismo como doença, denominada Síndrome de Dependência Alcoólica.

Trata-se de um problema mundial, mas no Brasil vem assumindo proporções epidêmicas.

De fato, em nosso País não apenas adultos, mas inúmeros adolescentes que acabam sendo aliciados para o consumo de bebidas alcoólicas, tornando-se com rapidez, dependentes.

O pior é que as estatísticas comprovam que pelo menos cinquenta e dois por cento dos acidentes do trabalho, que causam enormes prejuízos à economia nacional, são provocados pelo consumo excessivo de bebidas.

É preciso por conseguinte, que todo um elenco de providências seja urgentemente adotado, a fim de reverter esse quadro dramático, pois é inadmissível que até crianças tenham suas vidas destruídas pelo consumo de álcool, sabendo-se que são vítimas de espancamentos causados por pais alcoolizados.

Com esse objetivo precípuo elaboramos esta proposição, que dentre as medidas para atenuar os efeitos da perniciosa publicidade comercial de bebidas alcoólicas, determina que é vedada a conexão entre seu consumo e o esporte, pois ambos são antinômicos, mas freqüentemente utilizados para enganar o consumidor.

Além disso, o projeto estabelece que a propaganda de bebidas só poderá ser realizada, no rádio e na televisão, após as 22 horas, contendo sempre a advertência: "O consumo de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde", que deverá ser lida por um locutor, para que seja passada na íntegra, atingindo inclusive aos deficientes visuais e àqueles que não sabem ler, sabendo-se que qualquer mensagem deve ser lida para melhor fixação.

Também é proibida a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios esportivos, onde é grande a quantidade de



crianças e adolescentes, e a venda do produto às margens das rodovias federais.

Como se sabe, o álcool é causador de significativo número de acidentes de trânsito, e, portanto, não é admissível a sua venda nas estradas de rodagem federais. Aliás, isso já ocorre em vários países e também em Estados brasileiros, como São Paulo.

São, ainda, estabelecidas penalidades aos infratores de suas disposições, a fim de que a iniciativa tenha a indispensável eficácia.

Por todo o exposto, temos plena convicção de que a propositura haverá de merecer acolhimento.

Sala das Sessões, aos 06. 12. 94

Deputado FRANCISCO SILVA







CÂMARA DOS DEPUTADOS

I3C06\* 'COPY' SOLICITADA POR CASTILHO

RUBENS ANTONIO MARQUES D  
CASTILHO

SEARCH - QUERY  
00002 PL A 04846 1994

PL 048461994 DOCUMENT= 1 OF 1

IDENTIFICAÇÃO

NUMERO NA ORIGEM : PL 04846 1994 PROJETO DE LEI (CD)  
ORGÃO DE ORIGEM : CAMARA DOS DEPUTADOS 06 12 1994

CÂMARA : PL 04846 1994

AUTOR DEPUTADO : FRANCISCO SILVA PP RJ  
EMENTA ESTABELECE MEDIDAS DESTINADAS A RESTRINGIR O CONSUMO DE BEBIDAS  
ALCOOLICAS.

- PODER CONCLUSIVO DAS COMISSÕES - ARTIGO 24, INCISO II.

DESPACHO INICIAL

(CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTC)  
(CD) COM. ECONOMIA IND. E COMERCIO (CEIC)  
(CD) COM. CONST. E JUSTIÇA E PEDAÇÃO (CCJR)

PROPOS-ANEXADAS

PL 01602 1996 PL 03042 1997 PL 03037 1997

ULTIMA AÇÃO

TRCOM EM TRAMITAÇÃO NAS COMISSÕES  
08 04 1997 (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
REDISTRIBUIDO AO RELATOR, DEP NELSON MARCHEFAN.

TRAMITAÇÃO

06 12 1994 (CD) PLENARIO (PLEN)  
APRESENTAÇÃO DO PROJETO PELO DEP FRANCISCO SILVA  
16 01 1995 (CD) MESA DIRETORA  
DESPACHO A CCTCI, CEIC E CCJR (ARTIGO 54 DO RI)  
16 01 1995 (CD) PLENARIO (PLEN)  
LEITURA E PUBLICAÇÃO DA MATERIA.  
DCN1 17 01 95 PAG 0746 COL 01.  
02 02 1995 (CD) MESA DIRETORA  
ARQUIVADO NOS TERMOS DO ARTIGO 105 DO REGIMENTO INTERNO  
DCIS 03 02 95 PAG 0161 COL 01.  
20 03 1995 (CD) MESA DIRETORA  
DESARQUIVADO NOS TERMOS DO ARTIGO 105 PARAGRAFO UNICO  
DO RI.  
DCN1 21 03 95 PAG 3810 COL 01.  
28 03 1995 (CD) COORD. COMISSÕES PERMANENTES (CD) (SCP)  
ENCAMINHADO A CCTCI.  
03 04 1995 (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
PRAZO PARA APRESENTAÇÃO DE EMENDAS: 05 SESSÕES.  
DCN1 01 04 95 PAG 5017 COL 01.  
11 04 1995 (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
APRESENTAÇÃO DE DUAS EMENDAS PELO DEP JOSE SANTANA DE  
VASCONCELOS.  
31 03 1995 (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
RELATOR DEP WOLNEY QUEIROZ.  
DCN1 01 04 95 PAG 5059 COL 01.  
04 05 1995 (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
PRAZO PARA APRESENTAÇÃO DE EMENDAS AO SUBSTITUTIVO-  
05 SESSÕES.  
DCN1 04 05 95 PAG 8033 COL 01.  
26 04 1995 (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
PARECER FAVORAVEL DO RELATOR, DEP WOLNEY QUEIROZ, A FATE,





CÂMARA DOS DEPUTADOS

21 06 1995. COM SUBSTITUTIVO, FAVORAVEL PARCIALMENTE A EMENDA 01;  
CONTRARIO A EMENDA 02.  
(CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
PARECER ORA REFORMULADO, FAVORAVEL, DO RELATOR,  
DEP WOLNEY QUEIROZ, A ESTE, COM SUBSTITUTIVO AS  
EMENDAS 03 E 04; PARCIALMENTE FAVORAVEL AS EMENDAS  
02 E 05; CONTRARIO A EMENDA 01, APRESENTADAS NA  
COMISSAO  
VISTA CONJUNTA AOS DEP WAGNER ROSSI E  
CASSIO CUNHA LIMA.  
DCD 29 08 95 PAG 20182 COL 01.  
09 08 1995. (CD) COM. CIEN. TEC. COM. INFORMATICA (CCTCI)  
DEVOLUCAO DO PROJETO PELOS DEP CASSIO CUNHA LIMA E  
WAGNER ROSSI; O PRIMEIRO SEM SE MANIFESTAR E O SEGUNDO  
APRESENTANDO VOTO EM SEPARADO PELA SUPRESSAO DO  
ARTIGO SEGUNDO E QUARTO E DO PARAGRAFO QUARTO DO  
ARTIGO PRIMEIRO DO SUBSTITUTIVO OFERECIDO PELO RELATOR  
DCN1 27 10 95 PAG 3310 COL 01.

10601\* FIM DE DOCUMENTOS NA LISTA. TECLA ENTER OU OUTRO COMANDO.





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

Gabinete do Deputado VIVALDO BARBOSA

*Indefiro o pedido por entender que a apensação obedeceu aos critérios regimentais pertinentes. Esclareço, ainda, que muitas proposições semelhantes à do requerente encontram-se apensadas ao PL nº 4.846/94. Oficie-se e, após, publique-se.*

Em 08 / 06 / 2000

*M D*  
PRESIDENTE

**Excelentíssimo Senhor Presidente da Câmara dos Deputados**  
**Deputado MICHEL TEMER**

Senhor Presidente,

Venho pelo presente requerer a Vossa Excelência que determine o desapensamento do PL. 1482/99, de minha autoria, que trata da proibição de publicidade de cigarros, do PL. 4.846/94, que trata de restrições ao uso de bebidas alcoólicas.

A condenação ao uso do fumo como altamente prejudicial à saúde adquiriu relevância nos meios científicos e médicos nos últimos tempos. O recente noticiário demonstra o interesse do próprio governo a respeito, que estaria prestes a enviar Projeto de Lei.

Não evidencia a conexão com o projeto de restrições ao uso de bebidas alcoólicas, que merece tratamento diferenciado. Além do mais, a Câmara, ao discutir a questão da publicidade de cigarro estará atender a clamor bem definido na sociedade, de resto de todo o mundo e terá a dianteira na busca de solucionar este grande problema para o nosso povo.

Saudações Parlamentares,

*Vivaldo Barbosa*  
**VIVALDO BARBOSA**  
Deputado Federal



Lote: 76  
PL Nº 3310/1997  
Caixa: 169  
16

SECRETARIA-GERAL DA		SA
Recebido		
Órgão	Residência	Nº 1717/00
Data:	31/03/00	Horas: 18:30
Ass:	Angela	3491



SGM/P nº 516/00

Brasília, 08 de junho de 2000.

Senhor Deputado,

Reportando-me ao Requerimento de sua autoria, datado de 31 de maio do corrente ano, contendo solicitação de desapensação do Projeto de Lei nº 1.482/99, que *proíbe a publicidade de cigarros e dispõe sobre outras providências*, do Projeto de Lei nº 4.846/94, que *estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcóolicas*, informo a Vossa Excelência que, sobre o assunto, exarei o seguinte despacho:

“Indefiro o pedido por entender que a apensação obedeceu aos critérios regimentais pertinentes. Esclareço, ainda, que muitas proposições semelhantes à do Requerente encontram-se apensadas ao Projeto de Lei nº 4.846/94. Oficie-se e, após, publique-se.”

Colho o ensejo para renovar a Vossa Excelência protestos de elevado apreço e distinta consideração.

  
**MICHEL TEMER**  
Presidente

A Sua Excelência o Senhor  
Deputado **VIVALDO BARBOSA**  
Anexo III, Gabinete 578  
N E S T A





CÂMARA DOS DEPUTADOS

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE

*Defiro. Desapensem-se do PL nº 4.846/94 os Projetos de Lei nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00. Distribua-se o PL nº 3.381/97 às Comissões de Seguridade Social e Família, Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e Constituição e Justiça e de Redação. Apensem-se ao PL nº 3.381/97 os projetos de lei acima referidos. Oficie-se e, após, publique-se.*

Em 13 / 06 / 2000

PRESIDENTE

**REQUERIMENTO**  
(Do Sr. Jutahy Júnior)

Requer sejam desapensados os PL's nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00, do PL nº 4.846/94.

Senhor Presidente:

Requeiro a V. Exa., nos termos do artigo 142 do Regimento Interno, que sejam desapensados os Projetos de Lei de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00, do Projeto de Lei nº 4.846/94, do Sr. Francisco Silva, que "Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas", e que os mesmos tramitem em conjunto.

**JUSTIFICATIVA**

Os referidos projetos de lei apensados ao PL nº 4.846/94 tratam especificamente da proibição de publicidade de cigarros nos meios de comunicação, sendo extremamente prudente e racional que sua tramitação ocorra separadamente. Tanto o consumo e a propaganda de bebidas alcóolicas como a de cigarros são assuntos que por sua complexidade não deverão ser analisados em conjunto. Por essa razão, cuidando as referidas proposições apenas e tão somente de proibir a publicidade de cigarros, não há razão para estarem apensadas ao PL 4.846/94.

Sala das sessões, 12 de Junho de 2000.

  
Deputado JUTAHY JÚNIOR  
PSDB/BA



Lote: 76 Caixa: 169

PL N° 3310/1997

18

SECRETARIA-GERAL DA MESA - CD	
Assinatura	
Ass: Gab SGM	Nº 1932/00
Ass: 12/06/00	Hora: 15:30
Ass: Zomolyn	Porte: 559'





CÂMARA DOS DEPUTADOS

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRL Em 14/06/00

**REQUERIMENTO**  
(Do Sr. Jutahy Júnior)

Requer sejam desapensados os PL's nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00, do PL nº 4.846/94.

Senhor Presidente:

Requeiro a V. Exa., nos termos do artigo 142 do Regimento Interno, que sejam desapensados os Projetos de Lei de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00, do Projeto de Lei nº 4.846/94, do Sr. Francisco Silva, que "Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas", e que os mesmos tramitem em conjunto.

**JUSTIFICATIVA**

Os referidos projetos de lei apensados ao PL nº 4.846/94 tratam especificamente da proibição de publicidade de cigarros nos meios de comunicação, sendo extremamente prudente e racional que sua tramitação ocorra separadamente. Tanto o consumo e a propaganda de bebidas alcóolicas como a de cigarros são assuntos que por sua complexidade não deverão ser analisados em conjunto. Por essa razão, cuidando as referidas proposições apenas e tão somente de proibir a publicidade de cigarros, não há razão para estarem apensadas ao PL 4.846/94.

Sala das sessões, 12 de Junho de 2000.

  
Deputado JUTAHY JÚNIOR  
PSDB/BA





CÂMARA DOS DEPUTADOS

EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA CAMARA DOS DEPUTADOS

Defiro. Desapensem-se do PL nº 4.846/94 os Projetos de Lei nºs 3.310/97, 112/99, 844/99, 1.600/99, 2.344/00, 2.734/00 e 2.956/00. Distribua-se o PL nº 3.310/97 às Comissões de Seguridade Social e Família, Economia, Indústria e Comércio, Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e Constituição e Justiça e de Redação (art. 54). Apensem-se ao PL nº 3.310/97 os PL's nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00. Oficie-se e, após, publique-se.

Em 14 / 06 /2000

PRESIDENTE

Defiro; publique-se.  
Em 13/06/00.

Presidente

### REQUERIMENTO

(Do Sr. Jutahy Júnior)

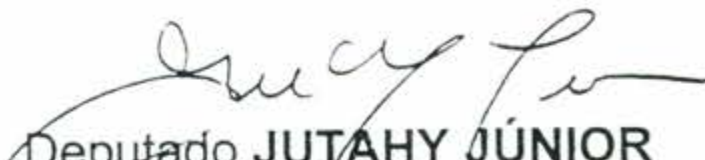
Senhor Presidente,

Em adendo ao requerimento anteriormente apresentado, requeiro a V. Exa., nos termos do artigo 142 do Regimento Interno, que sejam desapensados os Projetos de Lei nºs 3.310/97, 112/99, 844/99, 1.600/99, 2.344/2000, 2.734/2000 e 2.956/2000, do Projeto de Lei nº 4.846/94, do Sr. Francisco Silva, que "Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas", e que os mesmos tramitem em conjunto.

### JUSTIFICATIVA

Os referidos projetos de lei apensados ao PL nº 4.846/94 tratam especificamente da proibição de publicidade de cigarros nos meios de comunicação, sendo extremamente prudente e racional que sua tramitação ocorra separadamente. Tanto o consumo e a propaganda de bebidas alcóolicas como a de cigarros são assuntos que por sua complexidade não deverão ser analisados em conjunto. Por essa razão, cuidando as referidas proposições apenas e tão somente de proibir a publicidade de cigarros, não há razão para estarem apensadas ao PL 4.846/94.

Sala das Sessões, 13 de junho de 2000

  
Deputado JUTAHY JÚNIOR  
PSDB/BA



## **CÂMARA DOS DEPUTADOS**

### **PROJETO DE LEI Nº 3.310-A, DE 1997** (DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)

Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens. Pendente de pareceres das Comissões de Seguridade Social e Família, de Economia, Indústria e Comércio, de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Constituição e Justiça e de Redação.

(ÀS COMISSÕES DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA; DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO; DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54) - APENSE-SE A ESTE O PROJETO DE LEI Nº 3.381/97)

## **S U M Á R I O**

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 3.381/97 (3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00, 3.156/00), 112/99, 844/99, 1.600/99, 2.344/00, 2.734/00 e 2.956/00.



**PARECER DO RELATOR DESIGNADO PELA MESA, EM SUBSTITUIÇÃO À COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA, AO PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997.**

**O SR. DARCÍSIO PERONDI** (Bloco/PMDB-RS. Para emitir parecer. Sem revisão do orador.) - Sr. Presidente, Sras. e Srs. Deputados, o fumo gera dependência e mata. É responsável pela metade das mortes no Brasil. Hoje morrem por ano 240 mil brasileiros por câncer. No mínimo, a metade deles tem origem no fumo.

A juventude, Sr. Presidente, é vista como negócios de amanhã para a indústria do fumo.

Nada tenho contra o lucro. A indústria do fumo emprega, mas não podemos criar uma geração de dependentes, e dependentes finais e eternos.

O fumo, pela dependência e pelas doenças que gera, provoca um verdadeiro rombo no financiamento da saúde.

A juventude hoje precisa ser protegida.

Erra quem diz que parar com a propaganda vai gerar desemprego. Não. Parar com a propaganda vai desestimular quem deixou de fumar. Parar com a propaganda vai estimular muita gente a parar de fumar. Parar com a propaganda é ter menos câncer, menos infarto do miocárdio, menos parto prematuro, mais parto natural, mais recém-nascidos normais e hígidos e menos recém-nascidos prematuros.

Na questão econômica, diminuindo o consumo do fumo, haverá maior investimento em outras áreas da economia. Portanto, vai gerar emprego em outras áreas.



Sr. Presidente, esta Casa tem um compromisso com a saúde de todos os brasileiros.

Parar com a propaganda é ter mais vida, mais saúde, mais recursos para vacina, para programas de agentes de saúde, de médico de família.

Fiquem tranqüilos todos os Deputados. Haverá inclusive mais recursos para estimular as economias daqueles Municípios que produzem o fumo.

Esta Casa tem neste momento uma responsabilidade histórica com a saúde de todos os brasileiros: dos jovens, das mulheres e dos homens. *E tenho certeza de* que esta Casa votará a favor do Projeto de Lei nº 3.310, de 1997.

Sr. Presidente, meu voto como Relator da Comissão de Seguridade Social e Família é favorável ao projeto da vida, ao projeto da saúde, que proíbe a propaganda do fumo.

*PARECER ESCRITO ENCAMINHADO À MESA*





CÂMARA DOS DEPUTADOS

*Revisado  
27/08/00  
2323*

## COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

### PROJETO DE LEI N.º 3.310, DE 1997

(Aposos os PLs 3.381, de 1997; 3.990, de 1997; 4.144, de 1998; 112, de 1999; 844, de 1999; 1.482, de 1999; 1.600, de 1999; 1.979, de 1999; 2.344, de 2000; 2.635, de 2000; 2.734, de 2000; 2.956, de 2000 e 3.156, de 2000)

Modifica a Lei n.º 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

**Autor:** Deputado Carlos Apolinário

**Relator:** Deputado Darcísio Perondi

## I - RELATÓRIO

O projeto principal, o **Projeto de Lei nº 3.310, de 1997**, do Deputado Carlos Apolinário modifica a Lei 9.294, de 1996, e permite a propaganda comercial dos produtos fumígenos apenas na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, proibindo-a nos demais meios de comunicação. Mantém as frases de advertência e os princípios constantes

*X*





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

2

da Lei 9.294, e proíbe a colocação destas peças publicitárias a menos de duzentos metros de estabelecimentos de ensino ou de local destinado à prática de esportes.

A ele estão apensadas outras treze proposições.

O **Projeto de Lei 3.381, de 1997**, da Deputada Dalila Figueiredo, também altera a Lei 9.294, e proíbe a propaganda de produtos fumígenos em ginásios, autódromos e outros destinados à realização de competições ou eventos desportivos. Proíbe a colocação desta propaganda estática num raio de trezentos metros dos locais de competição ou eventos desportivos, bem como o uso de trajes desportivos, acessórios ou veículos de competição para propagandear derivados do fumo. Institui multa de dois a dez mil reais, cobrada em dobro e sucessivamente, em casos de reincidência.

O **Projeto de Lei 3.990, de 1997**, do Deputado Ênio Bacci, proíbe toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa. O **Projeto de Lei 4.144, de 1998**, do Deputado Roberto Valadão, modifica a Lei 9.294, e proíbe a propaganda comercial de cigarros e derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens e nos demais meios de comunicação social, concessionários do Poder Público. Inclui pena de multa de dois a dez mil reais para infrações, em dobro para a reincidência, sujeitando as emissoras à suspensão de até dois dias nos casos de reincidirem.

O **Projeto de Lei 112, de 1999**, do Deputado José Antônio, veda a veiculação, no rádio e televisão, de publicidade dos produtos fumígenos, além de proibir a utilização do rádio e da televisão para vendas, por telefone, de medicamentos e terapias de qualquer natureza. O **Projeto de Lei 844, de 1999**, de autoria do Deputado Pastor Oliveira Filho, modifica a Lei 9.294, de 1996. Ele restringe o horário de veiculação de propaganda de produtos fumígenos nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e duas e as seis horas.

O **Projeto de Lei 1.482, de 1999**, do Deputado Vivaldo Barbosa, veda toda a publicidade de cigarros ou derivados do tabaco,





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

3

direta ou indiretamente, em televisão, rádio, cinema, cartazes ou qualquer outro veículo. Proíbe o patrocínio de atividades culturais ou esportivas, o uso de fumo em locais de uso público, em meios de transporte coletivo, bares e restaurantes, casas de espetáculos e outros. Define como crime a venda de cigarros a menores de dezoito anos, prevendo penas de trabalhos comunitários por tempo não inferior a seis meses, e suspensão da atividade comercial. Veda, ainda, a concessão de incentivo para o cultivo, indústria ou comércio de fumo, prevendo o redirecionamento do cultivo do fumo para outra atividade não nociva à saúde humana.

○ **Projeto de Lei 1.600, de 1999**, do Deputado Luiz Bittencourt, determina a inclusão de um prospecto explicativo sobre as doenças provocadas pelo tabagismo nas embalagens de venda ao público de cigarros e derivados do tabaco, de fáceis leitura e compreensão, aprovado pelo Ministério da Saúde. Remete as penalidades à Lei 9.294.

○ **Projeto de Lei 1.979, de 1999**, do Deputado Roberto Pessoa, obriga a veiculação de propaganda em tempo e dimensão iguais às das de cigarros ou semelhantes, alertando a população sobre os malefícios que o produto causa à saúde. O **Projeto de Lei 2.344, de 2000**, do Deputado Bispo Rodrigues, acrescenta parágrafo à Lei 9.294, de 1996, obrigando a publicação de fotos de órgãos destruídos pelo fumo nas embalagens de qualquer produto fumígeno comercializado ao consumidor.

○ **Projeto de Lei 2.635, de 2000**, do Deputado Luiz Bittencourt, proíbe a promoção, propaganda ou publicidade do tabaco, em qualquer forma, em todos os meios de comunicação. Proíbe também o patrocínio de eventos culturais e esportivos por produtores de tabaco em qualquer forma. O **Projeto de Lei 2.734, de 2000**, do Deputado Marcos Afonso, modifica a Lei 9.294. Ele amplia a proibição da propaganda nos meios de comunicação, propaganda estática, artigos promocionais e patrocínio de eventos de qualquer natureza. Prevê a inclusão de advertências em embalagens dos produtos fumígenos comercializados, na forma prevista pela lei. As chamadas e caracterização de patrocínio poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação de consumo.





O **Projeto de Lei 2.956, de 2000**, do Deputado Antônio José Mota, igualmente modifica a Lei 9.294, obrigando a inserção das advertências contra o uso de produtos fumígenos em qualquer produto que exiba o logotipo, logomarca ou slogan de produtos derivados do fumo.

O **Projeto de Lei 3.156, de 2000**, do Poder Executivo, encaminhado pela Mensagem nº 748, de 2000, altera a Lei 9.294, de 1996, ao permitir a propaganda comercial dos produtos fumíferos apenas em pôsteres, painéis e cartazes internos, empregando as cláusulas de advertência constantes na lei. Proíbe a propaganda, venda e distribuição de amostra grátis e brindes de produtos de tabaco pelo correio, a realização de visitas promocionais e a distribuição de produtos de tabaco em locais e ambientes públicos, proibindo também o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes dos produtos derivados do fumo.

No artigo 9º da Lei 9.294, que define as penalidades para infrações, inclui multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais) para os produtores, responsáveis pelos periódicos, empresas de aviação e de transporte coletivo e agências de publicidade, emissoras de rádio e televisão. Para os demais casos, a pena pecuniária varia de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), cobrada em dobro, triplo e assim sucessivamente, em caso de reincidência. Determina, ainda, a suspensão diária, até o máximo de trinta dias, da programação das emissoras de rádio e televisão, por tempo igual ao que durar a propaganda, no mesmo horário em que houver sido veiculada. Este projeto considera como infratores os estabelecimentos comerciais e industriais, dirigentes das empresas de aviação e transporte coletivo, dirigentes de entidades e órgãos públicos, os usuários do tabaco e seus derivados, os fabricantes, os responsáveis pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Define as autoridades sanitárias dos municípios como as que aplicarão as penas, ressalvadas as de competência do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão, do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos





Transportes, em casos de infrações no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. Considera, por fim, crime, a venda de produtos de tabaco a menores de dezoito anos, sendo a pena proposta trabalho social, comunitário ou de interesse público, de seis meses a três anos, podendo ser aplicada a pena alternativa ou cumulativa de suspensão da atividade comercial, por período de até seis meses.

A Exposição de Motivos aponta para a expansão do tabagismo, mostrando a insuficiência das medidas preconizadas pela Lei 9.294, de 15 de julho de 1996. Assim, identifica-se a necessidade de revisá-la para melhorar o perfil da saúde da população e reduzir os custos do Sistema Único de Saúde. As modificações estão em dois pólos: limitação da propaganda e aumento das penas para maior intimidação, com a definição clara dos responsáveis por sua aplicação. A propaganda comercial permitida restringe-se a pôsteres, painéis e cartazes internos, uma vez que admite que os menores de idade continuam a assistir programas em horários impróprios para suas faixas etárias, permanecendo como alvo da publicidade do fumo.

Quanto às emendas apresentadas ao PL 3.156, de 2000, a de nº 1, do Deputado Valdemar Costa Neto e outros, pretende considerar como bebidas alcoólicas as de qualquer teor de álcool, argumentando que estas são consumidas em larga escala, inclusive por crianças e adolescentes.

A de nº 2, do Deputado Francisco Coelho e outros, libera propaganda restrita entre vinte e duas e seis horas. A de nº 3, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá permite a veiculação de propaganda em pôsteres, painéis e cartazes internos, ou em programas de emissoras de rádio e televisão entre vinte e uma e seis horas, e em páginas internas de jornais e revistas, no máximo em um oitavo da folha, se identificada somente a marca ou slogan do produto, sem recomendação de consumo.

Dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, a emenda de nº 4 flexibiliza a distribuição de amostras grátis e brindes de produtos de tabaco pelo correio, a de nº 5 permite as visitas promocionais em estabelecimentos, locais e ambientes públicos de fins





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

6

comerciais e a de nº 6 restabelece a permissão de propaganda em meios de comunicação, determinando manutenção da advertência, como prevê lei em vigor.

De autoria do Deputado Odelmo Leão e outros, a emenda de nº 7 permite a propaganda em rádio e televisão entre 23 e 6 horas, e determina uma distância de 400 metros entre a peça promocional e estabelecimentos de ensino e guarda de crianças e adolescentes. A emenda de nº 8, do Deputado Mendes Ribeiro Filho, proíbe o patrocínio de atividades culturais e esportivas onde seja permitido o acesso de menores de 18 anos, excetuando os eventos internacionais.

A emenda de nº 9, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá permite, em emissoras de rádio e televisão, a caracterização de patrocínio com a marca ou slogan do produto, sem recomendação de seu consumo, e permite também que a propaganda estática exponha a marca ou slogan, sem recomendar o uso dos produtos. A emenda nº 10, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda restrita à veiculação da marca ou slogan em programas de televisão, jornais e revistas. Dos mesmos autores, a emenda de nº 11 reduz os valores das multas; a de nº 12 reduz a pena de suspensão da programação das emissoras prevista no projeto; a de nº 13 substitui a pena de suspensão de toda a atividade comercial preconizada pelo projeto pela suspensão de comercialização do produto, e a última emenda, a de nº 14, retira do rol de infratores os dirigentes das empresas de transporte e os usuários do tabaco.

Estes projetos estão sujeitos ao regime de urgência em sua tramitação. A apreciação será feita pelas Comissões de Economia, Indústria e Comércio; Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e Constituição e Justiça e de Redação, além da nossa Comissão de Seguridade Social e Família.

É o relatório.





## II - VOTO DO RELATOR

O grande número de projetos apensados que intentam restringir a propaganda de cigarros e derivados do fumo reflete a profunda preocupação de todas as esferas com os malefícios do hábito de fumar sobre a saúde da população. O advento da Lei 9.294, de 1996, trouxe um avanço significativo no combate ao tabagismo. No entanto, deixou ainda muitas lacunas que necessitam ser preenchidas em prol da melhor condição da saúde dos brasileiros. A existência de tantas iniciativas neste sentido é prova inequívoca de que a comunidade ainda se ressentia de um disciplinamento mais adequado e mais rigoroso.

A preocupação que se destaca é proteger os jovens, que constituem o alvo principal da propaganda dos produtos fumígenos. Ao contrário do que se alardeia, que o mercado dos produtos do tabaco é estável, é evidente que a intenção desta propaganda é aliciar fumantes jovens, que devem experimentar os cigarros e aderir ao vício para que o mercado se mantenha, ou, ainda, apresente expansão, inclusive em virtude das mortes dos usuários mais antigos. O Instituto Nacional do Câncer declara que metade dos fumantes regulares no país deve morrer em decorrência do uso de derivados do tabaco. No Brasil, estima-se que existam quase trinta e um milhões de fumantes. A cada hora, oito fumantes morrem. Na faixa etária entre 15 e 19 anos, são 2,4 milhões de tabagistas. É evidente que urge adotar um disciplinamento mais estrito.

Ressalte-se que estudos sobre a publicidade do tabaco sugerem que uma relação de causa e efeito se estabelece entre a publicidade de cigarros e o comportamento adolescente fumante, e que um efeito positivo de redução do consumo de cigarros entre adolescentes ocorre, quando medidas de restrição à publicidade são adotadas. Estudos realizados no Brasil (Relatório IBOPE/Monitor - Revista Meio e Mensagem, 1.999.) mostram que os gastos com a publicidade do cigarro tem uma





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

8

relação inversamente proporcional ao seu consumo, aumentando quando o consumo diminui e diminuindo quando o consumo aumenta.

A publicidade indireta ou o patrocínio de eventos culturais e esportivos constituem formas bastante eficientes de atingir os adolescentes, associando o hábito de fumar com saúde e atividades populares. Estudos demonstraram, entre adolescentes, a permanência de familiaridade com produtos do tabaco resultante de publicidade indireta, em situações e países em que a publicidade direta era proibida. No Brasil, pesquisa com adolescentes sobre a propaganda do tabaco, divulgada pelo Ministério da Saúde, identificou conflito entre as campanhas muito agressivas dos derivados do fumo, em contraponto aos programas de controle.

Não podemos permitir o patrocínio de eventos culturais e esportivos vinculados às marcas de cigarros em razão do ambiente de aceitação social do consumo de cigarros decorrentes do patrocínio, relacionando o ato de fumar com atividades prazerosas e saudáveis, o que acaba por legitimar o consumo de tabaco no Brasil.

O tabagismo deve ser encarado como um problema de saúde pública no Brasil, pois, anualmente, gera centena de milhares de doentes e mortes no país, além de enormes gastos pelo Ministério da Saúde, sem contar a dor e o sofrimento impostos pelas doenças relacionadas ao seu uso.

É preciso deixar bem claro que o fumo mata mais do que a soma das mortes por acidentes de trânsito, uso do álcool, homicídios, uso de drogas ilegais e suicídios combinados.

Faz-se necessário responder uma crítica que tem sido feita diz respeito ao porquê de não se proibir a venda de produtos derivados do tabaco, ao invés de se proibir simplesmente a publicidade. Acabar com a venda de produtos derivados do tabaco poderia levar a um mercado ilegal, semelhante ao do álcool, como a ocorrida na época da lei seca americana.

A maior parte dos fumantes continua a fumar porque não consegue parar por livre escolha. Através da nicotina, o cigarro causa





forte dependência, reduzindo a possibilidade que o indivíduo tem de escolher não fumar.

Outra questão que deve ser ressaltada é que certamente a sociedade hoje iria reprimir a venda de produtos derivados de tabaco se sua venda fosse autorizada agora, pois a experiência acumulada sobre os danos provocados pelo tabagismo faria com que todos se manifestassem contrários à legalização da venda.

A restrição à venda de produtos do tabaco não pode ser considerada uma ameaça à liberdade de expressão e ao livre comércio - já que - antes da liberdade de expressão vem o direito à vida e nesse sentido a proibição de propagandear pode sim ser feita, tendo em vista tratar-se de um produto que mata muitos de seus usuários.

Em vinte e sete países do mundo a publicidade do tabaco foi totalmente proibida, sem estarem por isto atentando contra a liberdade de expressão, inclusive em cinco da Comunidade Econômica Européia ( Itália - 1962; Finlândia - 1976; Portugal - 1982; França - 1991; Bélgica - 1997; Canadá, entre outros).

Curiosamente, há pouco tempo, a indústria do fumo reconheceu publicamente que seu produto é deletério à saúde, causando dependência, câncer e outras doenças graves. Este reconhecimento paradoxal teve como motivação escapar dos processos judiciais, evitando as indenizações que começam a ser pleiteadas e concedidas diante do argumento da falta de esclarecimento aos fumantes sobre os efeitos reais do cigarro. Os próprios produtores forneceram os melhores subsídios para proibir a publicidade do tabaco: documentos internos divulgados descrevem os adolescentes de 14 a 24 anos como "o negócio do amanhã".

Diante de tantas constatações, não podemos transigir na defesa de nossos jovens.

Como médico pediatra tive de cuidar de inúmeras crianças que nasceram prematuras onde pude observar que a quase totalidade das mães destas crianças eram fumantes e mesmo durante a gravidez não largaram o vício.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

10

Então, vejamos. Todos os projetos apensados que analisamos há pouco tratam de pontos englobados pelo texto encaminhado pelo Executivo, mantendo a tendência unânime de ampliar as restrições em vigor. No entanto, o projeto apresentado Poder Executivo reúne com maior abrangência os temas pontuados, dispersos pelos demais projetos. Ele sistematiza as posturas dos demais. Inova, ainda, ao definir as autoridades responsáveis pela aplicação das penas.

Quanto às emendas a ele apresentadas, a de número um perde a oportunidade, uma vez que se determinou tratar exclusivamente dos assuntos atinentes ao fumo. Manifestamo-nos em contrário à aprovação das demais emendas em virtude de tenderem à liberalização da propaganda, quer viabilizando sua apresentação em diversos meios de comunicação, quer permitindo o patrocínio de eventos ou reduzindo as penalidades, pois entendemos que é crucial podermos contar com medidas de impacto para reduzir a epidemia tabágica em nosso país, que assume proporções inadmissíveis.

Assim sendo, o voto é pela rejeição dos projetos 3.310, de 1997; 3.381, de 1997; 3990, de 1997; 4.144, de 1998; 112, de 1999; 844, de 1999; 1.482, de 1999; 1.600, de 1999; 1.979, de 1999; 2.344, de 2000; 2.635, de 2000; 2.734, de 2000 e 2.956, de 2000, apensados, e favorável à aprovação do Projeto de Lei 3.156, de 2000, com rejeição das emendas a ele apresentadas.

Sala da Comissão, em                      de                      de 2000.

  
Deputado Darcísio Perondi  
Relator  
**PMDB/RS**



**PARECER DO RELATOR DESIGNADO PELA MESA, EM SUBSTITUIÇÃO À  
COMISSÃO DE ECONOMIA INDÚSTRIA E COMÉRCIO, AO PROJETO DE LEI Nº  
3.310, DE 1997.**

**O SR. JOÃO SAMPAIO** (PDT-RJ. Para emitir parecer. Sem revisão do orador.) - Sr. Presidente, Sras. e Srs. Deputados, o Projeto de Lei n 3.310, de 1997, em tela, bem assim seus apensados, aborda matéria de alta relevância, qual seja o combate ao tabagismo pela imposição de limitações à publicidade de produtos fumígenos através de modificações da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o diploma legal que atualmente regulamenta o uso e a propaganda do fumo, de bebidas alcóolicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas.

À Comissão de Economia, Indústria e Comércio cabe proferir parecer que atente para o mérito econômico da questão, sem prejuízo das considerações pertinentes aos campos da saúde pública e das comunicações, ao encargo das respectivas Comissões.

A restrição à propaganda de produtos fumígenos tem sido objeto de constante preocupação nesta Casa em face do alto grau de persuasão da publicidade do tabaco para o público jovem, em particular aquelas veiculadas nos meios de comunicação audiovisual, que assegura alcance muito mais elevado da mensagem publicitária.

A Lei nº 9. 294, de 15 de julho de 1996, já representou considerável avanço na direção da restrição à publicidade de produtos fumígenos, estabelecendo normas quanto aos horários de sua veiculação comercial e aos princípios que devem regê-la nas emissoras de rádio e televisão, impondo a necessidade de



explicitação dos malefícios à saúde decorrentes do uso continuado do tabaco e limitando a caracterização de patrocínio tanto nos meios de comunicação audiovisual como na propaganda estática em estádios, veículos de competição e similares.

Não obstante, várias iniciativas legislativas têm buscado ampliar tais restrições como forma de desincentivar o consumo do fumo, especialmente entre aqueles ainda não iniciados e que podem vir a ser influenciados por elaboradas técnicas de publicidade.

O envolvimento mais direto do Ministério da Saúde no combate ao uso do fumo motivou a apresentação de iniciativa legislativa por parte do Poder Executivo, o Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, dispondo sobre modificações mais restritivas na atual legislação, em função do reconhecimento por parte do Governo de que as medidas preconizadas pela Lei nº 9.294, de 1996, mostravam-se insuficientes para inibir o tabagismo.

As alterações sugeridas no projeto do Poder Executivo, como de resto a grande maioria das proposições em análise, vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação dos produtos fumígenos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular a propaganda do fumo, seja pela imposição de penalidades mais severas.

Com efeito, há três vertentes básicas de alterações à Lei nº 9.294, de 1996. Primeiro, busca-se limitar o tipo de meio de comunicação que pode veicular as propagandas comerciais. Segundo, impõe-se a proibição aos patrocínios de eventos culturais esportivos por parte de marcas ou fabricantes dos referidos



produtos. Terceiro, busca-se tipificar mais precisamente as infrações e os infratores da legislação, bem como agravar as penalidades pelo descumprimento da mesma.

De uma maneira geral, a análise de mérito econômico da proposição deve levar em conta tanto os aspectos relativos à influência perniciosa do tabagismo sobre a produtividade laboral, como os impactos de elevação nas despesas do serviço público de saúde.

De outra parte, a restrição à propaganda do fumo, como conseqüente redução do consumo de tabaco, terá influência sobre uma importante cadeia produtiva agroindustrial, sobre uma significativa fonte de arrecadação de tributos e ainda sobre os serviços de propaganda e de ráiodifusão. Secundariamente, deve-se avaliar os impactos negativos sobre os patrocínios de eventos culturais esportivos, em particular sobre os festivais de música e cinema, hoje fortemente financiados pelas indústrias que são objeto das restrições analisadas.

Do ponto de vista do custo/benefício, nos parece inquestionável o mérito da inibição à propaganda do fumo, sem considerar liminarmente os relevantes aspectos éticos envolvidos. De fato, trata-se de um programa de saúde pública o que, por si só, impõe uma intervenção do Poder Público, independentemente dos interesses econômicos envolvidos.

Não obstante, e ainda que nos concentrando nos aspectos meramente econômicos, é lícito concluir que as vantagens de se atingir uma drástica redução no consumo de tabaco nas gerações futuras sobrepõe-se, em muito, às possíveis desvantagens setoriais daí decorrentes.

Com efeito, é público e notório que o tabagismo provoca graves doenças, de tratamento oneroso, como enfisema pulmonar, úlcera, câncer etc. O País consome



expressivos recursos anuais no tratamento dessas enfermidades pelo Sistema Público de Saúde. O prejuízo privado também é considerável, em face da queda da produtividade laboral, das licenças de trabalho e do absenteísmo. Vale ressaltar que os prejuízos à saúde causados pelo fumo são cumulativos e, assim, muitas dessas doenças ainda não se manifestaram e comporão um aumento de custos futuros para o setor público.

Isso posto, é razoável que haja uma mobilização no sentido de se evitar a proliferação do hábito de fumar.

Por outro lado, o impacto negativo na arrecadação de impostos se dará a médio prazo, uma vez que não se espera que a restrição à propaganda possa ter efeito abrupto nos atuais consumidores de tabaco, mas, sim, naqueles novos consumidores que seriam atraídos por influência dessa publicidade dirigida.

Ademais, a tributação do fumo, tecnicamente, é elevada, justamente por se tratar de produto com demanda inelástica e que deve ter desincentivado seu consumo pelo próprio tributo, gerando arrecadação suficiente para cobrir, em parte, o aumento dos gastos com a saúde pública. Nesse sentido, se o Governo for deficitário em relação ao problema, a tributação elevada nada mais é do que um atenuante para o citado prejuízo aos cofres públicos decorrentes do ônus com o tratamento das enfermidades provocadas pelo tabagismo.

No que tange aos problemas setoriais envolvidos, trata-se de mais um caso em que um eventual prejuízo localizado vem em benefício do interesse coletivo. As externalidades negativas causadas pelo fumo afetam todos os setores da economia que terão ganhos com a redução do consumo dos produtos fumígenos, em detrimento exclusivo das indústrias envolvidas na sua fabricação, o que é



perfeitamente justificável do ponto de vista econômico. Ademais, não se está proibindo o consumo do tabaco, mas apenas intervindo, para evitar que novos consumidores possam ser atraídos.

Por essas razões, entendemos que o espírito que norteia a maioria das propostas vem ao encontro das aspirações da sociedade brasileira e segue uma tendência internacional de combate ao tabagismo que vem ganhando corpo a partir das recentes descobertas científicas sobre os males causados à população usuária desses produtos.

Não obstante, entendemos serem necessárias algumas modificações no projeto original, seguindo, outrossim, a linha básica do projeto apresentado pelo Poder Executivo, mas acatando algumas valiosas contribuições de emendas apresentadas e de alguns dos projetos apensados, razão pela qual optamos pela apresentação de um substitutivo, que ora justificamos.

No art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, o substitutivo introduz modificação menos rigorosa do que aquelas propostas pelo Poder Executivo e pelos Projetos de Leis nºs 3.310/97, 112/99, 3.990/97, 1.482/99, 2.635/00 e 2.734/00. De fato, entendemos que a proibição de propagandas comerciais dos produtos fumíferos nas emissoras de rádio e televisão, restringindo-se àquelas realizadas por meio de pôsteres, painéis e cartazes internos, só deve ocorrer a partir de dois anos da data da publicação da lei, com a criação, todavia, de uma transição, durante a qual os horários permitidos para o início da veiculação de comerciais radiotelevisivos sejam progressivamente adiantados em uma hora a cada ano, passando das atuais 21 horas para 22 horas e 23 horas no primeiro e no segundo ano, respectivamente, até sua efetiva proibição. Tal calendário suavizará o impacto da medida sobre contratos



já firmados, sem perder o espírito central que a norteia, qual seja o de evitar a propaganda do fumo em ambiente doméstico, em proteção especial às crianças e aos adolescentes. Além disso, entendemos que durante o período de transição esse tipo de propaganda possa ser feito nas páginas internas de jornais ou revistas voltadas majoritariamente para o público adulto.

Nesse sentido, acatamos em espírito as Emendas nºs 2, 3, 6 e 7 apresentadas ao Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo.

Vale ressaltar que o substitutivo preserva o disposto nos §§ 1º e 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, que estabelecem princípios para nortear a propaganda comercial dos produtos fumígenos, os quais permanecerão válidos para as propagandas radiotelevisivas realizadas no citado período de transição.

O substitutivo, atendendo ao disposto no projeto do Poder Executivo, proíbe ainda a propaganda, a venda e a distribuição de amostras grátis, brindes e produtos de tabaco pelo correio e, no mesmo espírito, impede a realização de visitas promocionais e a distribuição de produtos de tabaco em estabelecimentos locais e ambientes públicos, objetivando dificultar o acesso dos produtos fumígenos ao público jovem.

O projeto de lei do Poder Executivo, bem como os PLs nºs 1.482/99, 2.635/00 e 2.734/00, sugere a alteração do art. 5º da Lei nº 9.294/96, tornando proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes de produtos fumígenos.

No substitutivo, entendemos que tal proibição só deve entrar em vigor após período de transição de dois anos, tendo em vista que muitos eventos culturais e esportivo de suma importância são agendados e organizados com antecedência e



envolvem relações contratuais que seriam inviabilizadas diante de uma interrupção abrupta de suas fontes de patrocínio. O período de transição sugerido seria suficiente para que se pudesse promover alterações de patrocinadores, evitando que as correspondentes atividades culturais e esportivas de interesse da população tivessem que ser necessariamente canceladas.

No mais, acolhemos as demais propostas que dizem respeito às questões de criminalidade, enquadramento de infratores e tudo o mais, apresentadas na mensagem do Governo Federal.

Por isso, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.310, de 1997, e seus apensados, Projetos de Lei nºs 3.990/97, 4.144/98, 844/99, 2.734/00 e 3.156/00, bem como das Emendas nºs 2, 3, 6, 7 e 12 a esse último apresentadas, tudo na forma do substitutivo anexo, e pela rejeição das Emendas nºs 1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 13 e 14, ao Projeto de Lei nº 3.156/00, bem como dos Projetos de Lei nºs 3.381/97, 112/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00 e 2.956/00.

Este é o voto do Relator.

*PARECER ESCRITO ENCAMINHADO À MESA*





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

### PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997

(Apensados PL's 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/99, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, proibindo a publicidade de produtos fumígenos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

**Autor:** Deputado CARLOS APOLINÁRIO

**Relator:** Deputado JOÃO SAMPAIO

### I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe dispõe sobre modificações à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que disciplina a propaganda de produtos específicos, como as bebidas alcoólicas, os produtos fumígenos, os medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. Seu objetivo específico é a proibição da publicidade de produtos fumígenos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens, mas estabelece restrição à realização de propaganda de tais produtos em painéis e cartazes localizados a distâncias inferiores a 200 metros de estabelecimentos de ensino ou de locais destinados à prática de desportos.

Ao PL 3.310/97 foram apensados diversos outros projetos, a partir de requerimento de autoria do Deputado Jutahy Júnior, deferido pela Presidência da Câmara em 14 de junho de 2000. A análise conjunta dos projetos





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

foi motivada pela tramitação em regime de urgência de proposta do Poder Executivo, o Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, tratando de matéria similar e que foi apensado ao PL mais antigo, o PL 3.310/97. Ficaram, portanto, apensados ao projeto em tela os PL's 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00.

O PL 3.381/97, de autoria da Sra. Dalila Figueiredo, estabelece a proibição da propaganda dos produtos fumígenos em ginásios e outros eventos desportivos, em cartazes e painéis em raio inferior a 300 metros a esses eventos. Dispõe, ainda, sobre proibição do uso de propaganda de fumo em trajes desportivos e sobre estrutura de multas para os infratores da lei.

O PL 4.144/98, do Sr. Roberto Valadão, proíbe anúncios de cigarro e similares nos meios de comunicação social dos concessionários do Poder Público e estabelece multas para os infratores.

O PL 3.990/97, do Sr. Ênio Bacci, proíbe toda publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

O PL 112/99, do Sr. José Antônio, veda a publicidade do tabaco no rádio e na televisão e disciplina o *telemarketing*, vedando as vendas por telefone de medicamentos e terapias de qualquer natureza.

O PL 844/99, do Sr. Oliveira Filho, limita o horário destinado à publicidade de produtos fumígenos no rádio e na televisão ao intervalo entre vinte e duas e seis horas.

O PL 1.600/99, do Sr. Luiz Bittencourt, obriga a que as embalagens de cigarro contenham prospecto explicativo sobre as doenças provocadas pelo tabagismo, cabendo a regulamentação do dispositivo ao Poder Executivo.

O PL 1.482/99, do Sr. Vivaldo Barbosa, veda a publicidade de cigarros em qualquer veículo de publicidade, bem como o patrocínio de atividades culturais e esportivas por marcas ou indústrias produtoras de cigarro. Veda, ainda, a concessão de qualquer incentivo à atividade de cultivo, comércio ou indústria do fumo e criminaliza a venda de cigarros a menores de 18 anos, bem como o ato de fumar em locais públicos.

57





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

O PL 1.979/99, do Sr. Roberto Pessoa, obriga a que, para cada propaganda de cigarro veiculada na televisão, a indústria tabagista veicule outra, de igual tempo, alertando a população sobre os malefícios do fumo.

O PL 2.344/00, do Sr. Bispo Rodrigues, obriga a publicação de fotos de órgãos destruídos pelo fumo nas embalagens dos maços, carteiras e pacotes de cigarros, cabendo ao Poder Executivo a regulamentação do dispositivo.

O PL 2.635/00, também do Sr. Luiz Bittencourt, proíbe a propaganda ou publicidade de tabaco em qualquer das suas formas, em todos os meios de comunicação, bem como o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de produtos fumígenos.

O PL 2.734/00, do Sr. Marcos Afonso, proíbe qualquer propaganda de produtos fumígenos nos meios de comunicação, o patrocínio de eventos de qualquer natureza por parte de marcas e empresas fabricantes desses produtos e obriga a impressão de advertência nos maços e carteiras de cigarro sobre os malefícios do fumo. Dispõe, ainda, que as chamadas de patrocínio de bebidas alcoólicas só possam ser feitas quando identificadas apenas pela marca o *slogan* do produto, sem recomendação de seu consumo.

O PL 2.956/00, do Sr. Antônio José Mota, exige que seja veiculada mensagem de advertência semelhante as dos maços de cigarro nos produtos que utilizem rótulos, logotipo ou logomarca relativos a produtos fumígenos.

O PL 3.156/00, do Poder Executivo, estabelece que a propaganda comercial de produtos fumígenos só pode ser feita por intermédio de pôsteres, painéis e cartazes internos. Proíbe, ainda, a propaganda, venda e distribuição de amostras grátis e brindes de fumo, pelo correio. Fica vedado o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fabricantes ou por marcas de cigarros e define-se nova estrutura de multas, bem como tipifica-se melhor as infrações e infratores da legislação. Considera, ainda, crime a venda de cigarros a menores de 18 anos.

Foram apresentadas, no prazo regimental, 14 emendas, todas ao PL 3.156/00, no âmbito deste Colegiado.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

A Emenda nº 1, do Deputado Valdemar da Costa Neto, considera como bebida alcoólica, para efeitos legais, bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

A Emenda nº 2, dos Deputados Francisco Coelho e Sérgio Carvalho, restringe a propaganda comercial dos produtos fumígenos à reprodução da embalagem e nome dos produtos, limitando o horário da veiculação em rádio e televisão ao intervalo entre vinte e duas e seis horas.

A Emenda nº 3, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, restringe a propaganda do fumo à condição de ser veiculada com identificação apenas da marca ou *slogan* do produto, sem recomendação do seu consumo, limitando o horário de veiculação em rádio e TV ao intervalo entre vinte e uma e seis horas e, no caso de páginas internas de jornais e revistas, a dimensão que não exceda um oitavo do tamanho de cada folha.

A Emenda nº 4, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda, a venda e a distribuição de amostras grátis e de brindes de produtos de tabaco, pelo correio, se identificada na embalagem apenas com a marca ou *slogan* do produto.

A Emenda nº 5, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, introduz a possibilidade de realização de visitas promocionais e distribuição de produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos, quando estas se derem por finalidades comerciais.

A Emenda nº 6, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, adapta a condição de permissão de propaganda nas redes de rádio e televisão e nas páginas de jornais e revistas à obrigatoriedade de veiculação de mensagem de advertência prevista em lei.

A Emenda nº 7, do Deputado Odelmo Leão e outros, permite a propaganda em rádio e televisão, desde que feita no horário entre vinte e três e seis horas; em cartazes externos, se for mantida distância mínima de 400 metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus; e em páginas internas de jornais e revistas voltadas majoritariamente para o público adulto.

A Emenda nº 8, do Deputado Odelmo Leão e outros, permite o patrocínio de atividades esportivas e culturais, desde que não seja permitido o acesso de menores de 18 anos e em eventos relacionados com competições internacionais.

8





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

A Emenda nº 9, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, insere condição na proibição de propaganda estática em estádios, veículos de competição e similares, permitindo-a quando restrita à exposição da marca do produto ou *slogan*, sem recomendação do seu uso.

A Emenda nº 10, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, introduz adaptação à possibilidade de propaganda em rádio, televisão, jornais e revistas, mantendo a exigência do seqüenciamento das mensagens de advertência, conforme estabelecido em lei.

A Emenda nº 11, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, reduzindo as multas propostas no projeto para valores entre R\$ 2.000,00 e R\$ 10.000,00, no primeiro caso e entre R\$ 1.000,00 e R\$ 5.000,00, no segundo caso.

A Emenda nº 12, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, introduz modificação na redação do inciso VI do art 9º-A, retirando a cláusula de interregno máximo de 30 dias para a suspensão do tempo das emissoras de rádio e televisão, no caso de veiculação de propaganda irregular.

A Emenda nº 13, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, transforma a aplicação da pena de suspensão de atividades comerciais do estabelecimento que vender produtos de tabaco a menores de 18 anos do critério alternativo ou cumulativo para o critério apenas alternativo, impedindo a acumulação das penas com a prestação de trabalho social.

A Emenda nº 14, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, limita o escopo de infratores definidos no projeto, retirando os dirigentes de empresas e os usuários de tabaco daqueles considerados apenáveis pela legislação.

É o relatório.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

**II - VOTO DO RELATOR**

O projeto de lei em tela, bem assim seus apensados, aborda matéria de alta relevância, qual seja o combate ao tabagismo pela imposição de limitações à publicidade de produtos fumígenos, através de modificações na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o diploma legal que atualmente regulamenta o uso e a propaganda do fumo, de bebidas alcóolicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas. À Comissão de Economia, Indústria e Comércio cabe proferir parecer que atente para o mérito econômico da questão, sem prejuízo das considerações pertinentes aos campos da saúde pública e das comunicações, ao encargo das respectivas comissões de mérito.

A restrição à propaganda de produtos fumígenos tem sido objeto de constante preocupação nesta Casa, em face do alto grau de persuasão da publicidade do tabaco para o público jovem, em particular aquelas veiculadas nos meios de comunicação audiovisual, que asseguram alcance muito mais elevado da mensagem publicitária. A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, já representou considerável avanço na direção da restrição à publicidade dos produtos fumígenos, estabelecendo normas quanto aos horários de sua veiculação comercial e aos princípios que devem regê-la nas emissoras de rádio e televisão, impondo a necessidade de explicitação dos malefícios à saúde decorrentes do uso continuado do tabaco e limitando a caracterização de patrocínio, tanto nos meios de comunicação audiovisual como na propaganda estática em estádios, veículos de competição e similares. Não obstante, várias iniciativas legislativas têm buscado ampliar tais restrições, como forma de desincentivar o consumo do fumo, especialmente entre aqueles ainda não iniciados e que podem vir a ser influenciados por elaboradas técnicas de publicidade.

O envolvimento mais direto do Ministério da Saúde no combate ao uso do fumo motivou a apresentação de iniciativa legislativa por parte do Poder Executivo, o Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, dispondo sobre modificações mais restritivas na atual legislação, em função do reconhecimento por parte do Governo Federal de que as medidas preconizadas pela Lei 9.294/96 mostraram-se insuficientes para inibir o tabagismo.





As alterações sugeridas no projeto do Poder Executivo, como, de resto, na grande maioria das proposições em análise, vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação dos produtos fumígenos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular a propaganda do fumo, seja pela imposição de penalidades mais severas. Com efeito, há três vertentes básicas de alterações à Lei 9.294/96. Primeiro, busca-se limitar o tipo de meio de comunicação que pode veicular as propagandas comerciais. Segundo, impõe-se a proibição aos patrocínios de eventos culturais e esportivos por parte de marcas ou fabricantes dos referidos produtos. Terceiro, busca-se tipificar mais precisamente as infrações e os infratores da legislação, bem como agravar as penalidades pelo descumprimento da mesma.

De uma maneira geral, a análise de mérito econômico da proposição deve levar em conta tanto os aspectos relativos à influência perniciosa do tabagismo sobre a produtividade laboral como os impactos de elevação nas despesas do serviço público de saúde. De outra parte, a restrição à propaganda do fumo, com conseqüente redução do consumo de tabaco, terá influência sobre uma importante cadeia produtiva agro-industrial, sobre uma significativa fonte de arrecadação de tributos e, ainda, sobre os serviços de propaganda e de radiodifusão. Secundariamente, deve-se avaliar os impactos negativos sobre os patrocínios de eventos culturais e esportivos, em particular sobre os festivais de música e de cinema, hoje fortemente financiados pelas indústrias que são objeto das restrições analisadas.

Do ponto de vista do custo-benefício, nos parece inquestionável o mérito da inibição à propaganda do fumo, sem considerar, liminarmente, os relevantes aspectos éticos envolvidos. De fato, trata-se de um problema de saúde pública, o que, por si só, impõe uma intervenção do Poder Público, independentemente dos interesses econômicos envolvidos. Não obstante, e ainda que concentrando-nos nos aspectos meramente econômicos, é lícito concluir que as vantagens de se atingir uma drástica redução no consumo do tabaco nas gerações futuras sobrepõem-se em muito às possíveis desvantagens setoriais daí decorrentes.

Com efeito, é público e notório que o tabagismo provoca graves doenças, de tratamento oneroso, como o enfisema pulmonar, a úlcera e o câncer. O País consome expressivos recursos anuais no tratamento dessas enfermidades pelo sistema público de saúde. O prejuízo privado também é considerável, em face da queda de produtividade laboral, das licenças de





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

trabalho e do absenteísmo. Vale ressaltar que os prejuízos à saúde causados pelo fumo são cumulativos e, assim, muitas dessas doenças ainda não se manifestaram e comporão um aumento de custos futuros para o setor público. Isto posto, é razoável que haja uma mobilização no sentido de se evitar a proliferação do hábito de fumar.

Por outro lado, o impacto negativo na arrecadação de impostos se dará a médio prazo, uma vez que não se espera que a restrição à propaganda possa ter efeito abrupto nos atuais consumidores de tabaco, mas naqueles novos consumidores que seriam atraídos por influência desta publicidade dirigida. Ademais, a tributação do fumo, tecnicamente, é elevada, justamente por se tratar de produto com demanda inelástica e que deve ter desincentivado seu consumo pelo próprio tributo, gerando arrecadação suficiente para cobrir, em parte, o aumento dos gastos com a saúde pública. Nesse sentido, se o governo for deficitário em relação ao problema, a tributação elevada nada mais é que um atenuante para o citado prejuízo aos cofres públicos, decorrente do ônus com o tratamento das enfermidades provocadas pelo tabagismo.

No que tange aos problemas setoriais envolvidos, trata-se de mais um caso em que um eventual prejuízo localizado vem em benefício do interesse coletivo. As externalidades negativas causadas pelo fumo afetam todos os setores da economia, que terão ganhos com a redução do consumo dos produtos fumígenos, em detrimento exclusivo das indústrias envolvidas na sua fabricação, o que é perfeitamente justificável do ponto de vista econômico. Ademais, não se está proibindo o consumo do tabaco, mas apenas intervindo para evitar que novos consumidores possam ser atraídos.

Por estas razões, entendemos que o espírito que norteia a maioria das propostas vem ao encontro das aspirações da sociedade brasileira e segue uma tendência internacional de combate ao tabagismo, que vem ganhando corpo a partir das recentes descobertas científicas sobre os males causados à população usuária destes produtos.

Não obstante, entendemos serem necessárias algumas modificações no projeto original, seguindo, outrossim, a linha básica do projeto apresentado pelo Poder Executivo, mas acatando algumas valiosas contribuições de emendas apresentadas e de alguns dos projetos apensados, razão pela qual optamos pela apresentação de um substitutivo, que ora justificamos.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

No art. 3º da Lei 9.294/96, o substitutivo introduz modificação menos rigorosa do que aquelas propostas pelo Poder Executivo e pelos PL's 3.310/97, 112/99, 3.990/97, 1.482/99, 2.635/00 e 2.734/00. De fato, entendemos que a proibição de propagandas comerciais dos produtos fumígenos nas emissoras de rádio e televisão, restringido-as àquelas realizadas por meio de pôsteres, painéis e cartazes internos só deva ocorrer a partir de dois anos da data de publicação da lei, com a criação, todavia, de uma transição durante a qual os horários permitidos para o início da veiculação de comerciais radiotelevisivos sejam progressivamente adiantados em uma hora a cada ano, passando das atuais vinte e uma horas para vinte e duas e vinte e três horas no primeiro e no segundo ano, respectivamente, até sua efetiva proibição. Tal calendário suavizará o impacto da medida sobre contratos já firmados sem perder o espírito central que a norteia, qual seja, o de evitar a propaganda do fumo em ambiente doméstico, em proteção especial às crianças e aos adolescentes. Além disso, entendemos que, durante o período de transição, esse tipo de propaganda possa ser feita nas páginas internas de jornais ou revistas voltadas, majoritariamente, para o público adulto. Neste sentido, acatamos, em espírito, as emendas nº 2, 3, 6 e 7 apresentadas ao PL 3.156/00, do Poder Executivo.

Vale ressaltar que o substitutivo preserva o disposto nos §§ 1º e 2º do art. 3º da Lei 9.294/96, que estabelecem princípios para nortear a propaganda comercial dos produtos fumígenos, os quais permanecerão válidos para as propagandas radiotelevisivas realizadas no citado período de transição.

O substitutivo, atendendo ao disposto no projeto do Poder Executivo, proíbe, ainda, a propaganda, a venda e a distribuição de amostras grátis e de brindes de produtos de tabaco pelo correio e, no mesmo espírito, impede a realização de visitas promocionais e a distribuição de produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos, objetivando dificultar o acesso dos produtos fumígenos ao público jovem.

O projeto de lei do Poder Executivo, bem como os PL's 1.482/99, 2.635/00 e 2.734/00, sugere alteração no art. 5º da Lei 9.294/96, tornando proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes de produtos fumígenos. No substitutivo, entendemos que tal proibição só deva entrar em vigor após período de transição de dois anos, tendo em vista que muitos eventos culturais e esportivos de suma importância são agendados e organizados com antecedência e envolvem relações contratuais que seriam inviabilizadas diante de uma interrupção abrupta





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

de suas fontes de patrocínio. O período de transição sugerido seria suficiente para que se pudesse promover alterações de patrocinadores, evitando que as correspondentes atividades culturais e esportivas, de interesse da população, tivessem que ser necessariamente canceladas.

Optamos, ainda, por acatar as modificações sugeridas pelo Poder Executivo no art. 9º da Lei 9.294/96, que trata das penalidades e infrações, consistindo no aumento dos valores das multas a serem aplicadas e na inclusão da pena de suspensão diária, até o máximo de trinta dias, da programação das emissoras de rádio e televisão, por tempo igual ao de duração da propaganda irregular, no mesmo horário em que foi veiculada. Entendemos que esta última medida cria o necessário incentivo para que as emissoras se auto-regulem, uma vez que a imposição da suspensão lhes causará prejuízo equivalente aos ganhos auferidos com a venda do horário comercial. Por essa razão, incluímos, ainda, a obrigatoriedade de que a suspensão se dê não só no mesmo horário, mas também no mesmo dia da semana em que foram veiculadas as propagandas consideradas irregulares, acatando, parcialmente, a emenda nº 12 ao projeto do Poder Executivo. Ademais, o substitutivo também inclui a obrigatoriedade de que, durante a suspensão, o tempo de propaganda deva ser substituído por mensagem explícita informando aos telespectadores o motivo da penalização à emissora.

A proposta do Poder Executivo contém, também, melhor definição daqueles que a legislação enquadra como infratores. Em relação à Lei nº 9.294/96, aumenta a abrangência do enquadramento, que passa a incluir os estabelecimentos comerciais e industriais, os dirigentes das empresas de aviação, os dirigentes das empresas de transporte coletivo, os dirigentes das entidades e órgãos públicos, os usuários de tabaco e seus derivados, os fabricantes do produto, bem como os responsáveis pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado. Este dispositivo nos parece pertinente e optamos por sua adoção no substitutivo. De fato, a ampliação do escopo dos considerados legalmente infratores age no sentido de se criar maior responsabilidade coletiva em torno do cumprimento da lei, nas diversas etapas em que isso se faça necessário.

Outro avanço, também incorporado no substitutivo, é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, uma lacuna da Lei 9.294/96. A remissão às competências é imprescindível, não





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

só para estabelecer a responsabilidade administrativa pela imposição das penalidades, como para dar legitimidade aos atos havidos com tal propósito.

Finalmente, o Substitutivo incorpora dispositivo do projeto do Poder Executivo que criminaliza a venda de produtos de tabaco a menores de dezoito anos, estabelecendo pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público, de seis meses a três anos, caracterizando, efetivamente, a preocupação do legislador em privar os menores de idade do acesso aos produtos fumígenos.

Isto posto, votamos pela aprovação dos Projetos de Lei nº 3.310, de 1997 e de seus apensados, os Projetos de Lei 3.990/97, 4.144/98, 844/99, 2.734/00 e 3.156/00, bem como das emendas de nº 2, 3, 6, 7 e 12 a este último apresentadas, tudo na forma do Substitutivo anexo; e pela rejeição das emendas nº 1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 13 e 14 ao Projeto de Lei nº 3156/00, bem como dos Projetos de Lei 3.381/97, 112/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00 e 2.956/00.

Sala da Comissão, em 27 de junho de 2000 .

  
Deputado **JOÃO SAMPAIO**  
Relator

007732.00114

AD. 11922





CÂMARA DOS DEPUTADOS

**COMISSÃO DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO**

**SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997  
(Apensados PL's 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99,  
1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/99, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00  
e 3.156/00)**

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, proibindo a publicidade de produtos fumígenos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

O Congresso Nacional decreta:

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

“ Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada:

- I - por intermédio de pôsteres, painéis e cartazes internos;
- II – pelo prazo máximo de dois anos, contados da data de publicação da lei:





- a) na programação de emissoras de rádio e televisão, no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas, no primeiro ano, e entre vinte e três e seis horas, no segundo ano de vigência da lei,
- b) nas páginas internas de jornais ou revistas, direcionados majoritariamente para o público adulto.

.....

§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis e cartazes, as programações televisuais e as páginas de jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no “caput” deste artigo, conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.”

“Art. 3º-A É proibida a propaganda, a venda e a distribuição de amostra grátis e brindes de produto de tabaco, pelo correio.”

“Art.3º-B São proibidas a realização de visitas promocionais e a distribuição de produtos de tabaco, em estabelecimentos, locais e ambientes públicos.”

“Art. 5º Fica proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes de produtos referidos no art. 2º, após o prazo de dois anos contados da data de publicação desta lei.

§ 1º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos mencionados no “caput”, 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 As restrições do parágrafo anterior aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.”

“Art.9º.....

.....

V – multa de:





- a) R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), para os responsáveis pela fabricação do produto, pelos periódicos, pelas empresas de aviação, pelas empresas de transporte coletivo, pelas agências de publicidade e pelas emissoras de rádio e televisão;
- b) R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), nos demais casos, cobradas em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência;

VI – suspensão diária, até o máximo de trinta dias, da programação das emissoras de rádio e televisão, por tempo igual ao de duração da propaganda, no mesmo horário e dia da semana em que foi veiculada.

.....

§ 3º Consideram-se infratores, para os efeitos desta Lei, os estabelecimentos comerciais e industriais, os dirigentes das empresas de aviação, os dirigentes das empresas de transporte coletivo, os dirigentes das entidades e órgãos públicos, os usuários de tabaco e seus derivados, os fabricantes do produto, os responsáveis pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

§ 4º Durante a suspensão de que trata o inciso VI, o tempo de propaganda deverá ser substituído por mensagem explícita informando aos telespectadores o motivo da suspensão.

§ 5º As penalidades previstas neste artigo, em decorrência do disposto no inciso IV, alínea “b”, do art. 18 da Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990, serão aplicadas pelas autoridades sanitárias dos municípios, na forma e sem prejuízo, no que couber, do disposto no inciso XXIX do art. 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvadas as de competência exclusiva:

I – do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior das aeronaves;





II – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive as aplicáveis às agências de publicidade, reponsáveis por propaganda de âmbito nacional;

III – do órgão do Ministério das Comunicações, reponsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV – do órgão de regulamentação do Ministério dos Transportes, em relação às infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. " (NR)

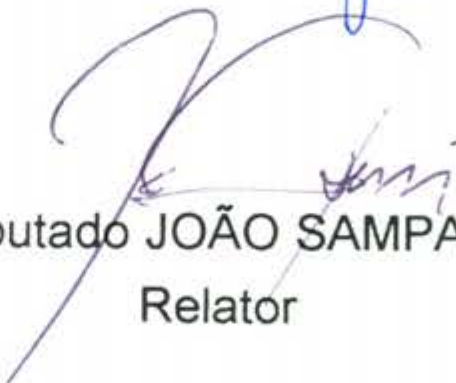
" Art. 9º-A Constitui crime vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos.

Pena – Prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público, de seis meses a três anos

Parágrafo único. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena de suspensão da atividade comercial, por período não inferior a seis meses." (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 27 de junho de 2000 .

  
Deputado JOÃO SAMPAIO  
Relator



PARECER DO RELATOR DESIGNADO PELA MESA, EM SUBSTITUIÇÃO À COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, AO PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997.

O SR. PINHEIRO LANDIM (Bloco/PMDB-CE. Para emitir parecer. Sem revisão do orador.) - Sr. Presidente, Sras. e Srs. Deputados, o Projeto de Lei nº 3.310, de 1997, a que estão apensados os Projetos de Lei nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00, modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e a propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

I - Relatório.

O projeto de lei em epígrafe dispõe sobre a propaganda de produtos fumíferos, modificando a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que disciplina as restrições ao uso de propaganda comercial de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. O principal objetivo do projeto é proibir a veiculação de publicidade de produtos fumíferos nos meios de comunicação, exceto na imprensa escrita e em painéis, cartazes e **outdoors**, com restrições.

Ao Projeto de Lei nº 3.3310/97 foram apensados outros treze projetos de lei, sendo doze de iniciativa parlamentar e um de iniciativa do Poder Executivo.



O Projeto de Lei nº 112/99, do Deputado José Antonio Almeida, veda a publicidade no rádio e na televisão de produtos fumíferos, regulamentando a prática de **telemarketing**.

O Projeto de Lei nº 844/99, do Deputado Oliveira Filho, limita a propaganda de tabaco no horário compreendido entre vinte e duas horas e seis horas.

O Projeto de Lei nº 1.600/99, do Deputado Luiz Bittencourt, dispõe sobre prospecto explicativo que deve acompanhar as embalagens de cigarros.

O Projeto de Lei nº 2.344/00, do Deputado Bispo Rodrigues, acrescenta parágrafo ao art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996.

O Projeto de Lei nº 2.734/00, do Deputado Marcos Afonso, trata da proibição de propaganda de produtos fumíferos nos meios de comunicação e no patrocínio de eventos, por marcas ou fabricantes.

O Projeto de Lei nº 2.956/00, do Deputado Antonio José Mota, que modifica a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagem de advertência de logomarca ou logotipos de produtos fumíferos.

O Projeto de Lei nº 3.381/97, da Deputada Dalila Figueiredo, proíbe a veiculação de publicidade de produtos fumíferos em eventos esportivos.

O Projeto de Lei nº 3.990/97, do Deputado Ênio Bacci, proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

O Projeto de Lei nº 4.144/98, do Deputado Roberto Valadão, proíbe a divulgação de anúncio de produtos de tabaco nos meios de comunicação social concessionárias do Poder Público.



O Projeto de Lei nº 1.979/99, do Deputado Roberto Pessoa, determina que, para cada propaganda de cigarro veiculada na televisão, a indústria de tabaco deverá veicular outra, com o mesmo tempo, sobre os malefícios à saúde.

O Projeto de Lei nº 2.635/00, do Deputado Luiz Bittencourt, proíbe a promoção e publicidade de tabaco nos meios de comunicação e, ainda, o patrocínio de eventos culturais e esportivos.

O Projeto de Lei nº 3.156/00, do Poder Executivo, dá nova redação a dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo que a publicidade de produtos fumíferos só poderá ser feita através de pôsteres, de painéis e de cartazes internos. Proíbe a propaganda, a venda e distribuição de amostras grátis e brindes pelo correio, bem como o patrocínio de eventos culturais e esportivos por parte de marcas ou indústrias de tabaco. O projeto estabelece, ainda, o aumento dos valores de multas por infrações em desrespeito à Lei, de R\$ 50.000,00 a R\$ 100.000,00, entre outros aspectos.

Ao Projeto de Lei nº 3.156/00 foram apresentadas 14 emendas, a saber:

Emenda nº 1, do Deputado Valdemar Costa Neto e outros, que considera bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

- Emenda nº 2, dos Deputados Francisco Coelho e Sérgio Carvalho, que restringe a propaganda de produtos fumíferos, nos meios de comunicação, através da reprodução da embalagem e nome dos produtos, sendo que, no rádio e na televisão, no horário de vinte e duas as seis horas.

- Emenda nº 3, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que restringe a propaganda de tabaco à vinculação da identificação apenas da marca ou **siogan**, sem a recomendação do consumo, no horário de vinte e uma a seis



horas, e, ainda, em páginas internas de jornais e revistas, desde que não excedam de um oitavo das dimensões de cada folha.

- Emenda nº 4, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a propaganda, a promoção e a comercialização dos produtos de tabaco, pelo correio, desde que identificada na embalagem a marca ou **slogan** do produto, sem recomendação do seu consumo.

- Emenda nº 5, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco em estabelecimentos e locais públicos para finalidades comerciais.

- Emenda nº 6, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a propaganda nas embalagens dos produtos, exceto os destinados à exportação, nas programações televisuais e nos jornais e revistas, restrita à veiculação da marca ou **slogan** do produto, sem recomendação do seu consumo.

- Emenda nº 7, do Deputado Odelmo Leão e outros, que restringe a propaganda de produtos fumíferos no rádio e na televisão e no horário de vinte e três as seis horas, em equipamentos fixos de publicidade exterior a uma distância mínima de quatrocentos metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus e em páginas internas de jornais e revistas cujo público leitor seja, em sua maioria, adulto.

- Emenda nº 8, do Deputado Odelmo Leão e outros, que permite o patrocínio de eventos culturais e esportivos, por parte das marcas de produtos fumíferos, em locais o público seja de maiores de 18 anos.



- Emenda nº 9, do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a propaganda estática em estádios e similares, desde que restrita à exposição de marca ao **slogan**, sem recomendação do seu uso.

- Emenda nº 10, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a propaganda nas embalagens dos produtos, nas programações televisuais e nos jornais e revistas, desde que restrita à veiculação de marca ao **slogan**, sem recomendação do seu uso.

- Emenda nº 11, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, alterando os valores das multas previstas na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

- Emenda nº 12, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, modificando a redação do art. 9º-A, da Lei nº 9.294, que se refere à suspensão da programação das emissoras de rádio e televisão, definindo em igual tempo de duração da propaganda que teria violado a legislação.

- Emenda nº 13, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que prevê a aplicação da pena de suspensão de comercialização do produto pelo estabelecimento em vez da suspensão das atividades comerciais.

- Emenda nº 14, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que altera os critérios de definição dos infratores, excluindo os usuários de tabaco e os dirigentes de empresas.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

O projeto de lei em tela, assim como seus apensados, trata de matéria de grande significado — o controle sobre propaganda de produtos de fumo com o objetivo de reduzir seu consumo, através de modificações da Lei nº 9.294, de 15 de



julho de 1996. Os produtos derivados do fumo, principalmente o cigarro, são controvertidos há muitas décadas. Nos últimos anos, o conhecimento consolidou-se no sentido de que o tabaco é, sem dúvida, um grande fator de risco para inúmeras doenças.

Há igualmente um consenso de que o cigarro deve ser mantido como um produto lícito. O banimento de um produto, como bem demonstrou a Lei Seca nos Estados Unidos, traz uma imensa quantidade de fatores negativos e de desagregação social.

Como ninguém questiona que o fumo traz prejuízos à saúde, a grande discussão no momento é como evitar que os jovens venham a adquirir o hábito de fumar e, assim, que no futuro esses novos consumidores venham a sofrer dos males causados pelo produto. Dentro deste universo, é perfeitamente legítima uma política pública voltada para o desestímulo ao consumo. Tal política pública deve envolver, nos termos da Constituição, a imposição de restrições à publicidade.

O tema tem despertado na sociedade discussões muitas vezes apaixonadas. Aqueles mais envolvidos no combate ao fumo têm utilizado vários argumentos na defesa de sua tese, algumas vezes ultrapassando o limite do razoável. Um exemplo é a comparação do vício de fumar com o consumo de drogas pesadas, como a cocaína. Esse tipo de argumento representa um alto risco para a juventude que poderá nivelar as discussões sobre o consumo de drogas ilícitas, como a maconha, a cocaína e o **crack**, ao consumo do cigarro.

Olhemos a realidade: as clínicas estão cheias de viciados em álcool, cocaína, heroína, **crack** e outras drogas, mas não de fumantes. Aliás, no Brasil, a população de ex-fumantes é equivalente à população de fumantes. É só olharmos



para esta Casa — não tenho dúvidas que aqui há muito mais ex-fumantes do que fumantes.

Por esta razão considero que o voto do relator deve levar em consideração, exclusivamente, a informação correta, a racionalidade e o bom senso, de forma a evitar que no futuro a sociedade sofra os prejuízos causados por uma cruzada antitabagista sem fronteiras.

O que se está discutindo não é a proibição da propaganda de produtos de fumo, já que a proibição, como sabemos, é inconstitucional, de acordo com o art. 220, § 4º, da Constituição Federal:

*.Art. 220.*

.....

*§ 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.*

Portanto, o que está em discussão é o grau de restrição que deve ser imposto a esse tipo de propaganda e suas consequências.

As alterações na Lei nº 9.294/96, sugerida do projeto do Poder Executivo, como também na grande maioria das proposições em análise, buscam estabelecer maior inibição à divulgação da propaganda de fumo, seja pela proibição de veículos autorizados a veicular propaganda, seja na limitação que os veículos autorizados tem de fazer a propaganda, seja na imposição de penalidades mais severas.



Rapidamente, verifica-se que o projeto de lei apresentado pelo Poder Executivo, como em outros projetos apensados, ao proibir de maneira bastante generalizada a propaganda de produtos de fumo, sofre de vícios de inconstitucionalidade.

Contudo, independentemente da questão de constitucionalidade, o que queremos analisar são os resultados que devemos esperar de uma restrição à propaganda que se aproxima de seu banimento. Para tanto, devemos verificar o que está ocorrendo nos países que baniram a propaganda.

A Noruega, por exemplo, primeiro país a banir a propaganda, em 1975, tem hoje uma população de fumantes proporcionalmente maior do que a do Brasil (cerca de 34% contra 29% no Brasil - população adulta).

Segundo dados do Conselho de Fumo e Saúde do Governo norueguês, os quais podem ser checados pela Internet, 31, 2% dos jovens noruegueses entre 16 e 24 anos fumam, enquanto que no Brasil as pesquisas indicam que entre os jovens de 18 e 24 anos menos de 22% fumam. E esse número está caindo ano a ano no Brasil e crescendo na Noruega.

O segundo país a proibir a propaganda foi a Finlândia, e lá ocorreu a mesma coisa: aumentou o consumo entre os jovens após a proibição.

Itália, Portugal e França, que baniram a propaganda em 1987, entre 1986 e 1996, tiveram o consumo aumentado: mais de 8% na Itália, mais de 7% em Portugal e mais de 5% na França.

Segundo o livro "Cigarro Brasileiro: Análises e propostas para a redução do consumo", publicado recentemente pelo Ministério da Saúde, houve redução de aproximadamente 16% do consumo de cigarros entre 1980 e 1995. Considerando



essa informação, de onde vem a certeza do Governo de que o fim da propaganda reduzirá o consumo entre os jovens, se as estatísticas mundiais não permitem essa conclusão e até indicam o contrário? Segundo o Prof. Roger Bate, da Universidade de Cambridge, na Inglaterra, a proibição cria nos jovens a atração pela fruta proibida. Segundo ele, à medida que o fumo se torna tabu, aumenta a probabilidade de querer prová-lo.

Outra questão fundamental que devemos considerar é o efeito que a restrição da propaganda poderá ter sobre o mercado ilegal de cigarros, formado, principalmente, pelo cigarro contrabandeado. Em mercado como o do Brasil, em que o contrabando já representa 33% dos cigarros consumidos, ou seja, 40 bilhões de unidades, a restrição excessiva da propaganda é certamente um grande risco, pois a tendência do mercado ilegal sem a concorrência da propaganda é crescer.

Com a continuidade e o aumento do contrabando, perde o agricultor que produz o fumo, perde o Governo em arrecadação, perde o trabalhador, que vê desaparecer o seu emprego, perde a indústria instalada no Brasil, perdem os consumidores. O único beneficiário da restrição excessiva, que se apresenta como banimento, será o contrabandista, que tem a mais poderosa propaganda em suas mãos, o preço baixo, que possibilita vender seu produto em qualquer esquina sem o menor controle de qualidade, sem a fiscalização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária e sem a preocupação de saber para quem vende.

A restrição excessiva reprime a competição dentro do mercado e desencoraja melhorias na qualidade e nas inovações do produto. O consumidor, sem a propaganda, se verá privado das informações que considera necessárias para fazer uma escolha acertada. Poderá impossibilitar até mesmo a identificação



de marcas de cigarros com as características por ele desejadas, o que, inclusive, pode desestimular os fabricantes a investirem no desenvolvimento de produtos de melhor qualidade.

A vedação da publicidade congela o mercado no estado em que encontra, seja na participação de cada fabricante, seja no tipo de produto comercializado.

Sem propaganda, o único instrumento de competição será o preço, o que pode provocar um efeito perverso no aumento do consumo.

Com base nessas considerações e no espírito que norteia a maioria das propostas, que é o de proteger a criança e o adolescente dos efeitos da propaganda dos produtos fumígenos, bem como amparado nos diversos discursos proferidos neste plenário, segundo os quais a propaganda na televisão é a forma mais indutora dos jovens, decidimos pelo oferecimento de substitutivo que contempla essas preocupações e as importantes contribuições dos projetos e das emendas apresentadas.

No art. 3º da Lei nº 9.294, o substitutivo introduz modificações menos rigorosas do que aquelas propostas pelo Poder Executivo, porém apresenta aprimoramento na Lei nº 9.294/96, ao preservar, de forma inequívoca, a proteção da criança e do adolescente da exposição da propaganda.

Com esse substitutivo, a propaganda na televisão ficará restrita ao intervalo em que, segundo pesquisas de institutos de aferição de audiência, o público é fundamentalmente adulto, ou seja, no horário de meia-noite às cinco horas da manhã.

A presença de propaganda externa estará limitada a distância de 400 metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus e de guarda de crianças e



adolescentes, o que, além de evitar a exposição, reduzirá de forma significativa a presença desse tipo de propaganda em áreas de concentração de pessoas.

No que se refere à publicidade em publicações impressas, a mesma só será permitida em páginas internas de publicações dirigidas ao público majoritariamente adulto.

Quanto ao patrocínio de eventos culturais e esportivos por marca de produtos fumígenos, esses estarão limitados àqueles em que a entrada no local de realizações fique restrito a pessoas maiores de idade. A proibição desse tipo de patrocínio poderá redundar na liquidação de importantes segmentos da produção de eventos culturais, como teatro, música, dança e de eventos esportivos.

As alterações propostas na Emenda nº 5, do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá, foram aprimoradas em nosso substitutivo, a fim de restringir a distribuição de amostra gratuita de produtos de tabaco somente em locais públicos, ambientes em que se proíba a entrada de menores de 18 anos.

Quanto ao dispositivo que determina maior rigor nas penalidades pela não observância da legislação, proposta do projeto de lei do Poder Executivo, estão sendo promovidas modificações que visam ao seu aprimoramento para melhor clareza e aplicação das penalidades.

Assim sendo, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.310, de 1997, e dos apensados nºs 844, de 1999, e 3.156, de 2000, bem como das Emenda nº 8 e pela aprovação parcial das Emendas nºs 5 e 7, apresentadas ao Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, na forma do substitutivo anexo, e pela rejeição dos Projetos de Lei nºs 3.331, de 1997, 3.990, de 1997, 4.144, de 1998, 112, de 1999, 1.600, de 1999,



1979, de 1999, 2.344, de 2000, 2.635, de 2000, 2.734, de 2000 e 2.956, de 2000, e das Emendas nºs 1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13 e 14.

Substitutivo ao Projeto de Lei do Executivo nº 3.310, de 1997. Projetos de Lei nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00.

*Dá nova redação a dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, alcoólicos, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.*

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

*Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente poderá ser efetuada por intermédio de:*

*I - pôsteres, painéis e cartazes internos;*

*II - emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre 0h e 5h;*

*III - equipamentos fixos de publicidade exterior e uma distância mínima de 400 metros do estabelecimento de ensino de 1º e 2º graus, e locais de guardas de crianças e adolescentes;*



*IV - Em páginas internas de publicações, cujo público leitor seja preferencialmente adulto.*

*Parágrafo único: O patrocínio de eventos culturais, esportivos por marca dos produtos referidos no art. 2º somente será permitido para aqueles cujo acesso seja restrito a maiores de 18 (dezoito) anos, excetuando desta restrição os eventos relacionados a competições internacionais.*

*Art. 3º-A — É proibida a propaganda e a distribuição de amostras grátis e brindes de produtos de tabaco pelo correio.*

*Art. 3º- B — A distribuição gratuita de produto de tabaco poderá ser feita exclusivamente a maiores de 18 (dezoito) anos, ficando totalmente proibida em eventos abertos ao público ao qual tenha acesso crianças e adolescentes.*

*Art. 9 º— Aplicam-se ao infrator desta lei, sem prejuízo de outras penalidades prevista na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e da legislação de telecomunicações, as seguintes sanções:*

.....  
.....  
*V — multa de 50 mil reais a 100 mil reais, aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; suspensão de programação da emissora de rádio e televisão pelo tempo de*



dez minuto por cada minuto 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.

.....  
.....  
§ 4º. Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidade previstas neste artigo na forma do art. 12, da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1997, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente.

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às penalidades aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda no 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, com relação a infração ocorrida no interior de transporte rodoviário, ferroviário, aquaviário e de passageiros.

Art. 9º A - Constitui crime vender produtos de tabaco a menores de 18 anos.

Pena: Multa de até 5 mil reais, graduada segundo as circunstâncias da infração, a capacidade econômica, a conduta social e a personalidade do infrator, cumulada ou não, no caso de reincidência, com pena de prestação de serviços à comunidade por prazo não inferior a dois e não superior a 24 meses.

Parágrafo único - É competente para julgamento da ação penal de que trata este artigo o Juiz da Infância e da Juventude ou o Juiz que exerça essa função na forma da Lei de Organização Judiciária local, aplicável no que couber o previsto na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente)."

Art. 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Era o que tinha a relatar, Sr. Presidente. Sras. e Srs. Deputados.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E  
INFORMÁTICA

**PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997**

(Apensados PLs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99,  
1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00)

**Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.**

**Autor:** Deputado Carlos Apolinário

**Relator:** Deputado Pinheiro Landim

**I – RELATÓRIO**

O projeto de lei em epígrafe dispõe sobre a propaganda de produtos fumíferos, modificando a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que disciplina as restrições ao uso de propaganda comercial de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. O principal objetivo do projeto é proibir a veiculação de publicidade de produtos fumíferos nos meios de comunicação, exceto, na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, com restrições.

Ao PL 3.3310/97 foram apensados outros treze projetos de lei, sendo, doze de iniciativa parlamentar e um de iniciativa do Poder Executivo.

O Projeto de Lei nº 112/99, do deputado José Antônio, veda a publicidade no rádio e na televisão de produtos fumíferos, regulamentando a prática de "telemarketing".

O Projeto de Lei nº 844/99, do deputado Oliveira Filho, limita a propaganda de tabaco no horário compreendendo entre vinte e duas horas e seis horas.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

O Projeto de Lei nº 1.600/99, do deputado Luiz Bitencourt, dispõe sobre prospecto explicativo que deve acompanhar as embalagens de cigarros.

O Projeto de Lei nº 2.344/00, do deputado Bispo Rodrigues, acrescenta parágrafo ao art. 2º da Lei 9.294 de 15 de julho de 1996.

O Projeto de Lei nº 2.734/00, do deputado Marcos Afonso, trata da proibição de propaganda de produtos fumíferos nos meios de comunicação e no patrocínio de eventos, por marcas ou fabricantes.

O Projeto de Lei nº 2.956/00, do deputado Antonio José Mota, que modifica a Lei 9.294 de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagem de advertência em produtos que usem a logomarca ou logotipo de produtos fumíferos.

O Projeto de Lei nº 3.381/97, da deputada Dalila Figueiredo, proíbe a veiculação de publicidade de produtos fumíferos em eventos esportivos.

O Projeto de Lei nº 3.990/97, do deputado Ênio Bacci, proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

O Projeto de Lei nº 4.144/98, do deputado Roberto Valadão, proíbe a divulgação de anúncios de produtos de tabaco nos meios de comunicação social concessionárias do Poder Público.

O Projeto de Lei nº 1.1979/99, do deputado Roberto Pessoa, determina que para cada propaganda de cigarro veiculada na televisão, a indústria de tabaco deverá veicular outra, com o mesmo tempo, sobre os malefícios à saúde.

O Projeto de Lei nº 2.635/00, do deputado Luiz Bitencourt, proíbe a promoção e publicidade de tabaco nos meios de comunicação e, ainda, o patrocínio de eventos culturais e esportivos.

O Projeto de Lei nº 3.156/00, do Poder Executivo, dá nova redação a dispositivos da Lei 9.294 de 15 de julho de 1996, estabelecendo que a publicidade de produtos fumíferos só poderá ser feita através de pôsteres, painéis e cartazes internos. Proíbe a propaganda, a venda e distribuição de amostras grátis e brindes pelo correio, bem como, o patrocínio de eventos culturais e esportivos por parte de marcas ou indústrias de tabaco. O projeto estabelece, ainda, o aumento dos valores de multas por infrações em desrespeito à Lei, de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), entre outros aspectos.

Ao Projeto de Lei nº 3.156/00 foram apresentadas quatorze emendas, a saber:





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

- Emenda 1. do deputado Valdemar Costa Neto e outros, que considera bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

- Emenda 2. do deputado Francisco Coelho e Sérgio Carvalho, que restringe a propaganda de produtos fumíferos, nos meios de comunicação, através da reprodução da embalagem e nome dos produtos, sendo que, no rádio e na televisão no horário de vinte e duas as seis horas.

- Emenda 3. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que restringe a propaganda de tabaco à veiculação da identificação apenas da marca ou slogan, sem a recomendação do consumo, no horário de vinte e uma a seis horas, e, ainda, em páginas internas de jornais e revistas, desde que não excedam de um oitavo das dimensões de cada folha.

- Emenda 4. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a propaganda, a promoção e a comercialização dos produtos de tabaco, pelo correio, desde que identificada na embalagem a marca ou slogan do produto, sem recomendação de seu consumo.

- Emenda 5. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco, em estabelecimentos e locais públicos de finalidade comerciais.

- Emenda 6. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda nas embalagens dos produtos, exceto os destinados à exportação, nas programações televisuais e nos jornais e revistas, restrita à veiculação da marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

- Emenda 7. do deputado Odelmo Leão e outros, que restringe a propaganda de produtos fumíferos no rádio e na televisão no horário de vinte e três as seis da manhã, em equipamentos fixos de publicidade exterior a uma distância mínima de quatrocentos metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus e em páginas internas de jornais e revistas cujo público leitor seja, em sua maioria, adulto.

- Emenda 8. do deputado Odelmo Leão e outros, que permite o patrocínio de eventos culturais e esportivos, por parte das marcas de produtos fumíferos, onde o público seja de maiores de 18 anos.

- Emenda 9. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda estática em estádios e similares, desde que restrita à exposição de marca ao slogan, sem recomendação do seu uso.

- Emenda 10. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que permite a propaganda nas embalagens dos produtos, nas programações televisuais e nos jornais e revistas, desde que restrita à veiculação de marca ao slogan, sem recomendação do seu uso.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

- Emenda 11. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, alterando os valores das multas previstas na Lei 9.294 de 15 de julho de 1996.

- Emenda 12. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, modificando a redação do Art. 9º-A da Lei 9.294, que se refere a suspensão da programação das emissoras de rádio e televisão, definindo em igual tempo de duração da propaganda que teria violado a legislação.

- Emenda 13. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, que prevê a aplicação de pena de suspensão da comercialização do produto pelo estabelecimento, em vez da suspensão de atividades comerciais.

- Emenda 14. do deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, altera os critérios de definição dos infratores, excluindo os usuários de tabaco e dirigentes de empresas.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

O projeto de lei em tela, assim como seus apensados, tratam de matéria de grande significado que é o controle sobre propaganda de produtos de fumo com o objetivo de reduzir o seu consumo, através de modificações na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Os produtos derivados do fumo, e, principalmente, o cigarro, é um produto controvertido há muitas décadas. Nos últimos anos, o conhecimento consolidou-se no sentido de que o tabaco é, sem dúvida, um grande risco para inúmeras doenças.

Há igualmente um consenso de que o cigarro deve ser mantido como um produto lícito. O banimento de um produto, como bem demonstrou a Lei Seca nos Estados Unidos, traz uma imensa quantidade de fatores negativos e de desagregação social.

Como ninguém questiona que o fumo traz prejuízos à saúde, a grande discussão no momento é como prevenir que os jovens venham a adquirir o hábito de fumar e assim evitando que no futuro esses novos consumidores venham a sofrer dos males causados pelo produto. Dentro deste universo, é perfeitamente legítima uma política pública voltada para o desestímulo ao consumo. Tal política pública deve envolver, nos termos da Constituição, a imposição de restrições à publicidade.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

O tema tem despertado na discussões sociedade, muitas vezes apaixonadas. Aqueles mais envolvidos no combate ao fumo têm utilizado vários argumentos na defesa de sua tese, algumas vezes ultrapassando o limite do razoável. Um exemplo é a comparação do vício de fumar com o consumo de drogas pesadas como a cocaína. Este tipo de argumento representa um alto risco para a juventude que poderá nivelar as discussões sobre o consumo de drogas ilícitas, como a maconha, cocaína e o crack, ao consumo do cigarro.

Olhemos a realidade, as clínicas estão cheias de viciados em álcool, cocaína, heroína, crack, e outras drogas, mas não de fumantes. Aliás no Brasil a população de ex-fumantes é equivalente a população de fumantes. É só olharmos para esta Casa, não tenho dúvidas que aqui há muito mais ex-fumantes do que fumantes.

Por esta razão considero que o voto do relator deve levar em consideração, exclusivamente, a informação correta, a racionalidade e o bom senso de forma a evitar que no futuro a sociedade sofra os prejuízos causados por uma cruzada antitabagista sem fronteiras.

O que se esta discutindo não é a proibição da propaganda de produtos de fumo, já que a proibição, como sabemos, é inconstitucional de acordo com o art. 220, § 4º, da Constituição Federal:

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

.....  
§ 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.”

Portanto o que esta em discussão é o grau de restrição que deve ser imposto para esse tipo de propaganda e suas conseqüências.

As alterações na Lei 9.294/96, sugeridas no projeto do Poder Executivo, como, também, na grande maioria das proposições em análise, buscam estabelecer maior inibição à divulgação da propaganda de produtos de fumo, seja pela proibição de veículos autorizados a veicular a propaganda, seja na limitação que os veículos autorizados tem de fazer propaganda, seja na imposição de penalidades mais severas.

Rapidamente se verifica que o Projeto de Lei apresentado pelo Poder Executivo, como em outros projetos apensados, ao proibir de uma maneira bastante generalizada a propaganda de produtos de fumo, sofre de vícios de inconstitucionalidade.

Contudo, independente da questão de constitucionalidade, o que queremos analisar é que resultados devemos esperar de uma restrição a propaganda





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

que se aproxime do seu banimento. Para tanto devemos verificar o que esta ocorrendo nos países que baniram a propaganda.

A Noruega, primeiro país a proibir a propaganda, em 1975, tem hoje uma população de fumantes proporcionalmente maior do que no Brasil (cerca de 34% contra cerca de 29% do Brasil - população adulta). Segundo dados do Conselho de Fumo e Saúde do governo Norueguês, que podem ser checados na Internet, 31.2% dos jovens noruegueses entre 16 e 24 anos fumam, enquanto que no Brasil as pesquisas indicam que entre os jovens de 18 a 24 anos, menos de 22% fumam e este número está caindo ano a ano no Brasil e crescendo na Noruega.

O segundo país a proibir a propaganda foi a Finlândia e lá ocorreu a mesma coisa, aumentou o consumo entre os jovens após a proibição. Itália, Portugal e França que baniram a propaganda em 1987, entre 1986 e 1996 o consumo aumentou mais de 8% na Itália, mais de 7% em Portugal e mais de 5% na França.

Segundo o livro publicado recentemente pelo Ministério da Saúde "Cigarro Brasileiro: Análises e propostas para a redução do consumo" houve uma redução de aproximadamente 16% no consumo de cigarros entre 1980 e 1995. Considerando esta informação, de onde vem a certeza do governo de que o fim da propaganda reduzirá o consumo entre os jovens se as estatísticas mundiais não permitem esta conclusão e até indicam o contrário. Segundo o Professor Roger Bate, da Universidade de Cambridge na Inglaterra, a proibição cria nos jovens a atração pela "fruta proibida". Segundo ele a medida que o fumo se torna um tabu, aumenta probabilidade dos jovens querer prová-lo.

Outra questão fundamental que devemos considerar é o efeito que a restrição da propaganda poderá ter sobre o mercado ilegal de cigarros, formado, principalmente, pelo cigarro contrabandeado. Em um mercado como o Brasil, em que o contrabando já representa cerca de 33% dos cigarros consumidos, ou 40 bilhões de unidades, a restrição excessiva da propaganda é certamente um grande risco, pois a tendência do mercado ilegal sem a concorrência da propaganda é crescer. Com a continuidade e o aumento do contrabando perde o agricultor que produz fumo, perde o governo em arrecadação, perde o trabalhador que vê desaparecer o seu emprego, perde a indústria instalada no Brasil, perdem os consumidores. O único beneficiário da restrição excessiva, que se apresenta como banimento, será o contrabandista que tem a mais poderosa propaganda em suas mãos, o preço baixo que possibilita vender seu produto em qualquer esquina sem o menor controle de qualidade, sem a fiscalização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária e sem preocupação de saber para quem vende.

A restrição excessiva, reprime a competição dentro de um mercado e desencoraja melhorias na qualidade e nas inovações do produto. O consumidor, sem a propaganda, se verá privado das informações que considera necessárias para fazer uma escolha informada. Poderá impossibilitar até mesmo a identificação de marcas de cigarros com características por ele desejada, o que, inclusive, pode desestimular os fabricantes a investirem no desenvolvimento de produtos de melhor qualidade.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

A vedação da publicidade congela o mercado no estado em que se encontra, seja na participação de cada fabricante como no tipo de produto comercializado.

Sem propaganda o único instrumento de competição será preço, o que pode provocar o efeito perverso do aumento no consumo.

Com base nessas considerações e no espírito que norteia a maioria da propostas que é o de proteger a criança e o adolescente dos efeitos da propaganda dos produtos fumíferos, bem como, amparado pelos diversos discursos proferidos neste Plenário, de que a propaganda na televisão é a forma mais indutora sobre os jovens, decidimos pela apresentação de um substitutivo que contempla estas preocupações e as importantes contribuições dos projetos e das emendas apresentadas.

No art. 3º da Lei 9.294, o substitutivo introduz modificações menos rigorosas do que aquelas propostas pelo Poder Executivo, porém apresenta aprimoramento na Lei 9294/96 ao preservar de forma inequívoca a proteção da criança e do adolescente da exposição a propaganda.

Com este substitutivo a propaganda na televisão ficará restrita a um intervalo em que, segundo pesquisas de institutos de aferição de audiência, o público é fundamentalmente adulto, ou seja, no horário da meia noite as cinco horas da manhã. A presença de propaganda externa estará limitada a distância de 400 metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º Grau e de guarda de crianças e adolescentes o que além de evitar a exposição reduzirá de forma significativa a presença deste tipo de propaganda em áreas de concentração de pessoas. No que se refere a publicidade em publicações impressa, a mesma só será permitida em páginas internas de publicações dirigidas ao público majoritariamente adulto. Quanto ao patrocínio de eventos culturais e esportivos por marcas de produtos fumíferos, estes estarão limitados àqueles em que a entrada no local de realização fique restrita a pessoas maiores de idade. A proibição deste tipo de patrocínio poderia redundar na liquidação de importante segmento de promoção de eventos culturais como teatro, música, dança e de eventos esportivos.

As alterações propostas na Emenda nº 5 do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá foram aprimoradas em nosso substitutivo afim de restringir a distribuição de amostras gratuita de produtos de tabaco somente em locais públicos ambientes em que se proíba a entrada de menores de 18 anos.

Quanto ao dispositivo que determina maior rigor nas penalidades pela não observância da legislação, proposta no projeto de lei do Poder Executivo, estão sendo promovidas modificações que visam seu aprimoramento para melhor clareza e aplicação das penalidades.

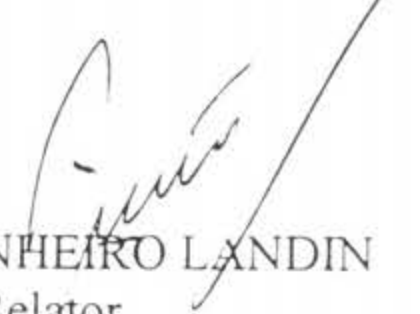




## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Assim sendo, votamos pela aprovação dos Projetos de Lei nº 3.310 de 1997, e dos apensados, 844 de 1999 e 3.156 de 2000, bem como da Emenda nº 8 e pela aprovação parcial das Emendas nº 5 e nº 7 apresentadas ao Projeto 3.156 de 2000, na forma do substitutivo anexo; e pela rejeição dos Projetos de Lei 3.381 de 1997, 3.990 de 1997, 4.144 de 1998, 112 de 1999, 1.600 de 1999, 1979 de 1999, 2344 de 2000, 2.635 de 2000, 2.734 de 2000 e 2.956 de 2000 e das emendas 1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13 e 14.

Sala da Comissão, em                      de                      de 2000.

  
Deputado PINHEIRO LANDIN  
Relator





CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO  
E INFORMÁTICA

Substitutivo ao Projeto de Lei do Executivo n.º 3310, de 1997, Projetos de Lei n.ºs.  
3381/97, 3990/97, 4144/98, 112/99, 844/99, 1482/99, 1600/99, 1979/99, 2344/00,  
2635/00, 2734/00, 2956/00 e 3156/00

Dá nova redação a dispositivos da Lei n.º 9294, 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.

Art. 1º - A Lei 9294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente poderá ser efetuada por intermédio de:

I - pôsteres, painéis e cartazes internos;

II – emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as 24:00 (vinte e quatro) e as 5:00 (cinco) horas;

III – equipamentos fixos de publicidade exterior a uma distância mínima de 400 (quatrocentos) metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus e locais de guarda de crianças e adolescentes;

IV – Em páginas internas de publicações, cujo público leitor seja preferencialmente adulto.

Parágrafo único: O patrocínio de eventos culturais e esportivos por marcas dos produtos referidos no art. 2º, somente será permitido para aqueles cujo acesso seja restrito a maiores de 18 (dezoito) anos, excetuando-se desta restrição os eventos relacionados às competições internacionais.”

.....  
.....

“Art. 3º-A – É proibida a propaganda e a distribuição de amostras grátis e brindes de produtos de tabaco pelo correio.”

“Art. 3º-B – A distribuição gratuita de produtos de tabaco poderá ser feita, exclusivamente, a maiores de 18 (dezoito) anos, ficando totalmente proibida em eventos abertos ao público ao qual tenham acesso crianças e adolescentes.”

✓





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

“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:

.....  
V – multa, de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

VI – suspensão de programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto 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.

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidades previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto as penalidades 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 transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.”

“Art. 9º-A - Constitui crime vender produtos de tabaco a menores de 18 (dezoito) anos.

Pena: Multa de até R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), graduada segundo as circunstâncias da infração, a capacidade econômica, a conduta social e a personalidade do infrator, cumulada ou não, no caso de reincidência, com pena de prestação de serviços à comunidade por prazo não inferior a dois e não superior a vinte e quatro meses.

Parágrafo único - É competente para o julgamento da ação penal de que trata este artigo o juiz da Infância e da Juventude ou o juiz que exerça essa função, na forma da Lei de Organização Judiciária local, aplicável, no que couber, o





CÂMARA DOS DEPUTADOS

previsto na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente).”

Art. 2º – Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Assinatura manuscrita em tinta preta, aparentemente de um legislador, com uma grande letra inicial 'L' e uma assinatura fluida.



**PARECER DO RELATOR DESIGNADO PELA MESA, EM SUBSTITUIÇÃO À COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO, AO PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997.**

**O SR. JUTAHY JUNIOR** (Bloco/PSDB-BA. Para emitir parecer. Sem revisão do orador.) - Sr. Presidente, inicialmente quero fazer uma homenagem ao Deputado Elias Murad. S.Exa. foi o grande responsável, ao longo de sua vida parlamentar, por defender a aprovação de restrições na publicidade do fumo em nosso País. A Lei nº 9.294, DE 1996, deveria se chamar Lei Elias Murad.

A partir da aprovação dessa lei, vários Deputados apresentaram projetos que modificam e ampliam a restrição da publicidade.

Temos os Projetos de Lei nºs 3.381, de autoria da Deputada Dalila Figueiredo; 3.990, do Deputado Enio Bacci; 4.144, do Deputado Roberto Valadão; 112, do Deputado José Antonio Almeida; 844, do Deputado Oliveira Filho; 1.482, do Deputado Vivaldo Barbosa; 1.600, do Deputado Luiz Bittencourt; 1.979, do Deputado Roberto Pessoa; 2.344, do Deputado Bispo Rodrigues; 2.635, do Deputado Luiz Bittencourt; 2.734, do Deputado Marcos Afonso e 2.956, do Deputado Antônio José Mota;

E temos finalmente o Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, que restringe a publicidade de cigarro e outros produtos derivados do tabaco.

Em exposição de motivos, o Ministério da Saúde destaca o crescente aumento de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas, de tabaco e seus derivados, cuja iniciação vem ocorrendo na adolescência por indução da propaganda indiscriminada.



E acrescenta: "Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, com ênfase sobre as restrições das formas indutoras do consumo de tabaco e de bebidas." Nesse sentido, as medidas preconizadas pela Lei nº 9.294, de 15 de junho de 1996, revelaram-se insuficientes para inibir adequadamente tal consumo. Impõe-se, por conseguinte, a revisão dessa lei no intuito de levá-la à sua vocação natural de servir aos propósitos de significativa queda dos índices de consumo dessa substância, melhorando o perfil de saúde da população e reduzindo o custo do SUS.

A proposição altera inicialmente o art. 3º e seus §§ 3º e 5º da lei para limitar em pôsteres, painéis e cartazes internos a propaganda dos produtos em foco ficando, em consequência, vedada qualquer divulgação do gênero nas emissoras de rádio e televisão. Outrossim, advertências aos malefícios do fumo serão consignadas nas mesmas peças publicitárias, seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

A esse projeto e a essa lei foram apresentadas diversas emendas, num total de 14.

Sr. Presidente, Sras. e Srs. Deputados, é este o nosso voto.

Hoje em dia é pacífica a constatação de ser o cigarro um grande mal. A questão agora é saber até que ponto a propaganda do produto pode ser veiculada sem agravar a devastação provocada pelo vício do fumo.

O projeto de lei pretende, a propósito, estabelecer formulação adequada para esse grave problema.



Segundo amplamente noticiado, alegam as agências de publicidade ser a iniciativa uma ameaça à liberdade de expressão comercial. No entanto, a assertiva não é procedente.

Com efeito, dispõe o **caput** do art. 220 da Constituição Federal:

*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.*

Como se nota, não se trata, no caso, de liberdade total, absoluta, mas de princípio sujeito às prescrições e às limitações da própria Carta Magna.

O dispositivo em questão acima referido é bastante claro em seu inciso II, § 3º:

*O art. 220, § 3º: Compete à lei federal:*

.....

*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...*



Não há liberdade sem responsabilidade. A liberdade de propagandear determinado artigo pode ser restringida por questão de saúde, principalmente quando diz respeito a um produto que mata metade de seus usuários.

Vinte e sete países proibiram totalmente a publicidade de tabaco, sem estar por isso atentando contra a liberdade de expressão, entre eles cinco da Comunidade Econômica Européia: Itália, Finlândia, Portugal, França e Bélgica, entre outros.

O fumo causa dependência e morte, não podendo ser a liberdade de expressão comercial maior do que a liberdade individual de garantia da saúde e qualidade de vida. Nunca um projeto teve tantos artigos que possibilitassem ser encarados como forma constitucional de restrição de publicidade, através da competência, que é da União.

Por tudo isso, tendo em conta os princípios vinculados a esse dispositivo, estão sendo desenvolvidos importantes programas no sentido de reduzir o consumo de produtos de tabaco, coerente com a proposta social de melhoria da saúde em nosso País.

Sr. Presidente, Sras. e Srs. Deputados, a matéria é importante, em função da abrangência do Projeto de Lei do Governo de nº 3.156, de 2000, tão bem definido na propositura do Ministro José Serra, encaminhado pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso, que contou na tarde de hoje com a votação que sinalizou a alma, a consciência e a vontade política desta Casa de não retirar o projeto de votação, porque nós sabemos que podemos aprová-lo.

Por isso votamos, em consequência, pela rejeição de todas as emendas ao Projeto nº 3.156, de 2000, e pela constitucionalidade, juridicidade e boa técnica



legislativa dos projetos de lei anteriormente mencionados. E, no mérito, somos pela aprovação do Projeto de lei nº 3.156, de 2000, e pela rejeição dos demais, nos termos do substitutivo que a seguir apresento.

Apresento agora substitutivo para este projeto, a fim de dar conhecimento a toda a Casa, para se possível votarmos — e, com certeza, teremos número regimental — amanhã este projeto. O Deputado Pinheiro Landim pediu o prazo de um dia para emitir seu parecer, já foi concedido, o que nos permitirá seja conhecido pelo Plenário o projeto e nosso substitutivo apresentado ao projeto de lei.

Substitutivo.

Altera a disposição da Lei nº 9.294, de 1996.

O Congresso Nacional decreta: art. 1º: A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996...

(...) Estamos emitindo hoje nosso parecer, porque estamos apresentando um substitutivo, e é necessário que toda a Casa tenha idéia do que estamos aprovando na sua inteireza.

A propaganda comercial dos produtos referidos, no caso o fumo, no artigo anterior, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda; a embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão advertência mencionada no parágrafo anterior.

*§ 5º - A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo. Nesta última hipótese, variando no máximo a cada cinco meses.*



*Art. 3º*

*a) quanto aos produtos referidos no art. 2º desta lei, são proibidos a propaganda, a venda e a distribuição de amostra, ou brindes, pelo correio; a realização de visita promocional, ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino, ou local público; o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; a propaganda fixa, ou móvel, em estádio, pista ou local similar.*

*Temos no art. 9º todas as penas que serão aplicadas.*

*Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.*

Sr. Presidente, o objetivo deste projeto é impedir que a publicidade, hoje direcionada principalmente para os jovens, continue incentivando os menores de vinte anos de idade, que representam 90% dos que começam a fumar e que lutam, ao longo da vida, para perder a dependência do fumo, ao vício, que representa dispêndio não só financeiro, mas uma tragédia humana no País, onde 80 mil pessoas — nove pessoas por minuto — morrem em decorrência do cigarro.

Temos essa obrigação, como homens públicos sintonizados com a opinião pública nacional: noventa por cento das pessoas pesquisadas são a favor da restrição da publicidade. Esta Casa, hoje, já deu demonstração inequívoca do interesse de votar e aprovar essa restrição.

No aspecto constitucional, não há dúvida alguma de que existe juridicidade, técnica legislativa e possibilidade constitucional de aprovarmos o projeto.

É o parecer, Sr. Presidente.

*PARECER ESCRITO ENCAMINHADO À MESA*





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997

(apensos os Projetos de Lei nº 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, e 3.156/00)

Proíbe a veiculação de  
publicidade de produtos fumígenos  
em eventos desportivos.

**Autor:** Deputado CARLOS APOLINÁRIO

**Relator:** Deputado JUTAHY JUNIOR

### I – RELATÓRIO

A proposição em epígrafe objetiva restringir a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero, por entender insuficientes as normas legais existentes sobre a matéria.

Segundo o projeto de lei, a propaganda desses artigos derivados do tabaco “*somente será permitida na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação*”.





Em outras disposições, da proposição em foco são estabelecidas normas para evitar o consumo exagerado ou irresponsável do produto, devido à publicidade, a qual deverá conter sempre advertência sobre os malefícios do fumo.

Ao projeto de lei nº 3.310/97 foram apensados outros, a saber:

- Projeto de lei nº 3.381/97, da Deputada Dalila Figueiredo, que restringe a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero.

- Projeto de lei nº 3.990/97, do Deputado Enio Bacci, constante de dispositivo único proibindo *“toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.”*

- Projeto de lei nº 4.144/98, do Deputado Roberto Valladão, proibindo *“a propaganda comercial de cigarros e demais produtos fumígenos em derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens e nos meios de comunicação social concessionários do poder público.”*

- Projeto de lei nº 112/99, do Deputado José Antônio, vedando a publicidade no rádio e na televisão de produtos fumígenos e regulamenta a prática de “telemarketing”, e dá outras providências.

- Projeto de lei nº 844/99, do Deputado Oliveira Filho, estabelecendo limite de horário para a publicidade de produtos fumígenos.

- Projeto de lei nº 1.482, do Deputado Vivaldo Barbosa, vedando *“toda e qualquer publicidade de cigarros ou qualquer outra forma de tabagismo, direta ou indiretamente, em televisão, rádio, cinemas, cartazes (“outdoors”) ou qualquer outro veículo de publicidade”* bem como *“patrocínios de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias produtoras de cigarros”*, além de outras providências.

- Projeto de lei nº 1.600/99, do Deputado Luiz Bittencourt, dispondo sobre prospecto explicativo que deve acompanhar as embalagens de cigarros.





- Projeto de lei nº 1.979/99, do Deputado Roberto Pessoa, determinando que *“para cada propaganda de cigarros e/ou afins, a indústria tabagista responsável fica obrigada a veicular outra de igual tempo e dimensão alertando a população sobre os malefícios que o produto causa à saúde.”*

- Projeto de lei nº 2.344/00, do Deputado Bispo Rodrigues, acrescentando parágrafo ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

- Projeto de lei nº 2.635/00, do Deputado Luiz Bittencourt, proibindo *“promoção, propaganda ou publicidade de tabaco, em qualquer de suas formas, e em todos os meios de comunicação”* e, também, *“o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de tabaco em qualquer de suas formas.”*

- Projeto de lei nº 2.734/00, do Deputado Marcos Afonso, alterando a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, alterando o “caput” e o § 4º do art. 3º da referida lei.

- Projeto de lei nº 2.956/00, do Deputado Antônio José Mota, modificando a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagem de advertência em produtos que utilizem o logotipo, logomarca ou slogan relativo a produtos fumígenos.

- Projeto de lei nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, restringindo a publicidade de cigarro e outros produtos derivados do tabaco.

O Ministério da Saúde, nessa proposição, destaca em exposição de motivos, *“um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas e de tabaco e seus derivados, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada”*. E acrescenta:

*“Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, com ênfase para as restrições às formas indutoras do consumo de tabaco e de bebidas. Nesse sentido, as medidas*





*preconizadas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, revelaram-se insuficientes para inibir adequadamente tal consumo. Impõe-se, por conseguinte, a revisão dessa Lei, no intuito de levá-la à sua vocação natural de servir aos propósitos de uma significativa queda dos índices de consumo dessas substâncias, melhorando o perfil de saúde da população e reduzindo os custos do SUS.*

*As alterações propostas vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação desses produtos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular propaganda de produtos fumígenos, seja pela imposição de penalidades com maior poder de intimidação.*

*Apesar das advertências nas programações das emissoras de televisão, impróprias para certa faixa etária, forçoso é reconhecer que elas, ainda assim, são assistidas por menores de idade, justamente o público-alvo da propaganda de bebidas e de tabaco. Assim, a proibição de sua veiculação nessas emissoras virá eliminar o seu poder de indução, especialmente em relação aos jovens, ainda em processo de formação.*

*Em reforço a essas medidas, cumpre estabelecer penalidades mais severas para que a Lei venha a ter o necessário poder de coerção, de modo a produzir os efeitos esperados e que justificaram a necessidade de sua elaboração, sem os quais não teria sentido algum.*

*De capital importância para o êxito de tais medidas é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, sem dúvida, uma lamentável lacuna na Lei nº 9.294, de 1996, responsável pela impunidade verificada, posto que a validade dos atos administrativos pressupõe agente capaz para praticá-los."*

*A proposição altera, inicialmente, o art. 3º e seus §§ 3º e 5º daquela Lei, para limitar a pôsteres, painéis e cartazes internos, a propaganda dos produtos em foco, ficando em consequência vedada qualquer divulgação do gênero nas emissoras de rádio e televisão. Outrossim, advertências sobre os malefícios do fumo serão consignadas nas mesmas peças publicitárias, seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.*





Em outros dispositivos, são proibidas a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde de produtos de tabaco pelo correio, visitas promocionais ou distribuição gratuita da mesma mercadoria em estabelecimentos, locais e ambientes públicos; e o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias do ramo, incluindo publicidade estática ou em veículos de competição.

Os infratores, quando se tratar de fabricante do produto, periódico, empresas de aviação ou transporte coletivo, agência de publicidade e emissora de rádio ou televisão, ficam sujeitos à multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Nos demais casos, a multa será de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

Quando a infração for praticada por meio de rádio ou televisão, a respectiva emissora sofrerá suspensão em sua programação por até 30 (trinta) dias.

A proposição, em outros dispositivos, estabelece quem pode ser considerado infrator, para os efeitos da lei, bem como as autoridades competentes para aplicar as penalidades previstas.

Por fim, capitula como crime "*vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos*". O delito é punível com pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público de seis meses a três anos. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena da suspensão da atividade comercial, por período não superior a seis meses.

Ao Projeto de Lei n.º 3.156/00, do Poder Executivo, apenso, foram apresentadas as seguintes emendas:

Emenda n.º 1 – Do Deputado Valdemar Costa Neto e outros – altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294/96 para considerar bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Emenda n.º 2 – Do Deputado Francisco Coelho e outros – altera o art. 3º da Lei 9.294/96 para prever a propaganda no rádio e TV no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.





Emenda n.º 3 – do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – altera o art. 3º, para permitir a propaganda restrita à veiculação da marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 4 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – acrescentando um art. 3º A à Lei 9.294/96 – para permitir a propaganda, a promoção e comercialização dos produtos de tabaco pelo correio.

Emenda n.º 5 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, acrescentando um art. 3 B para permitir a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos desde que de finalidades comerciais.

Emenda n.º 6 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o § 3º - e permitir a propaganda nas embalagens dos produtos sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 7 – Do Deputado Odelmo Leão e outros para alterar o “caput” e o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda no rádio e TV entre 23:00 e 06:00, distante, no mínimo, 400 metros de escolas e em publicações dirigidas ao leitor adulto.

Emenda n.º 8 – Do Deputado Mendes Ribeiro Filho, para alterar o art. 5º e ressaltar os eventos relacionados a competições internacionais.

Emenda n.º 9 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o art. 5º e parágrafos para permitir a propaganda em qualquer horário desde que identificadas apenas com a marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 10 - Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá – alterando o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda nas embalagens dos produtos, na TV, jornais e revistas restrita à marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.





Emenda n.º 11 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o inciso V do art. 9º- A para estabelecer novos valores de multas aplicadas aos infratores.

Emenda n.º 12 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o inciso VI do art. 9º A para suspender a programação das emissoras de rádio e TV por tempo igual ao de duração da propaganda e no mesmo horário e dia em que foi veiculada.

Emenda n.º 13 – Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o parágrafo único do art. 9º para admitir a suspensão das atividades de propaganda por período não superior a 6 (seis) meses.

Emenda n.º 14 - Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o § 3º do art. 9º para definir quem são os infratores da Lei 9.294/96.

Cabe a esta Comissão analisar as proposições quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

Hoje em dia é pacífica a constatação de ser o cigarro um grande mal. A questão agora é saber até que ponto a propaganda do produto pode ser veiculada sem agravar a devastação provocada pelo vício do fumo.

Os projetos de lei pretendem, a propósito, estabelecer uma formulação adequada para esse grave problema.

Segundo amplamente noticiado, alegam as agências de publicidade ser a iniciativa uma “*ameaça à liberdade de expressão comercial*”.

7





A assertiva, no entanto, não é procedente. Com efeito, o art. 220 da Constituição Federal consagra a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, sem *“qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”*. Como se nota, não se trata, no caso, de liberdade total, absoluta, sem peias, mas de princípio sujeito às prescrições e limitações da própria Carta Magna.

O dispositivo em questão, acima referido, é bastante claro em seu inciso II do parágrafo 3º e no parágrafo 4º:

“ Art. 220.....

.....

3º *Compete à lei federal:*

.....

*II – estabelecer os meios legais que garantem 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.”*

Não há liberdade sem responsabilidade. A liberdade de propagandear determinado artigo pode ser restringida por questões de saúde, principalmente quando diz respeito a um produto que mata metade de seus usuários. Vinte e sete países proibiram totalmente a publicidade do tabaco, sem estar por isto atentando contra a liberdade de expressão, entre eles, cinco da Comunidade





Econômica Européia: Itália (1962), Finlândia (1976), Portugal (1982), França (1991), Bélgica (1997), e o Canadá, entre outros.

O fumo causa dependência e morte, não podendo ser a liberdade de expressão comercial maior do que a liberdade individual de garantia da saúde e qualidade de vida.

Na verdade, poucos projetos de lei têm a seu favor tantas disposições constitucionais, como este, a começar pela competência da União para legislar sobre a propaganda comercial (CF, art. 22, XXIX) e para, concorrentemente com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cuidar da saúde e da assistência pública, (CF, art. 23, II), proteger o meio ambiente e combater a poluição (CF, art. 23, VI), e legislar sobre proteção e defesa da saúde (CF, art. 24, XII).

Por sua vez, a ordem social, - como destaca o art. 193 da Lei Maior - não obstante estar baseada no “*primado do trabalho*”, tem como objetivo “*o bem-estar e a justiça sociais*”.

Um pouco adiante, ressalta o art. 196:

*“Art. 196 A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para a sua promoção, proteção e recuperação.”*

Em outros dispositivos, prescreve a Carta Magna:

*“Art. 200. Ao sistema único de saúde compete, além de outras atribuições, nos termos da lei:*

*I – controlar e fiscalizar procedimentos, produtos e substâncias de interesse para a saúde e participar da produção de medicamentos, equipamentos, imunobiológicos, hemoderivados e outros insumos;*





*II – executar as ações de vigilância sanitária e epidemiológica, bem como as de saúde do trabalhador;*

.....  
*VII – participar do controle e fiscalização da produção, transporte, guarda e utilização de substâncias e produtos psicoativos, tóxicos e radioativos;*

*VIII – colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho.”*

Tendo em conta os princípios vinculados a esses dispositivos, estão sendo desenvolvidos importantes programas no sentido de reduzir o consumo de produtos de tabaco, coerentes com a proposta social de melhoria da saúde da população.

Tais preocupações não são apenas do Brasil, mas universais, envolvendo governos, indústrias, comércio e consumidores.

A gravidade da situação levou até grandes fabricantes de cigarros a admitir, pela primeira vez, que o vício do fumo causa uma série de “*graves doenças*”, como o câncer, o enfisema e males cardíacos. Tentando mudar a imagem – bem como resguardar-se de acusações baseadas em publicidade enganosa – uma das indústrias do ramo afirmou não existir “*nenhum cigarro seguro*” e que “*fumar cigarros causa vício, segundo a concepção mais comum do termo atualmente*”. (AP, Nova York, 26/11/99).

Pela sua amplitude, a questão não é, como pode parecer à primeira vista, de caráter difuso e genérico, mas pertinente a qualquer cidadão responsável, quanto à necessidade de defesa contra a intrusão da publicidade de cigarros no próprio lar. Ademais, a propaganda de produtos de tabaco é voltada essencialmente para os jovens, induzindo-os à experimentação e ao consumo habitual.





O capítulo da Carta Magna referente à **Comunicação Social** contém a propósito o preceito indicativo da competência da lei federal, já assinalado, para *“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 artigo 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.”* (CF, art. 220, inciso II)

O fumo é um dos maiores flagelos de nosso tempo, ceifando, diariamente, milhares de vidas humanas. Os ambulatórios e os leitos dos hospitais são cada vez mais insuficientes para receber uma crescente clientela de tabagistas, portadores de um sem número de doenças provocadas pelo cigarro e outros produtos do gênero. E enquanto os países perdem cidadãos válidos e mão-de-obra necessária ao seu desenvolvimento, o erário das nações é consumido, improdutivamente, na assistência àqueles dependentes e no combate às mazelas do fumo.

Com a intenção de também proteger o meio ambiente, já aludido naquele acima citado artigo 220, inciso II, da Constituição, o legislador inseriu na Carta Magna a prescrição do inciso V do § 1º do art. 225, *verbis*:

*“Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.*

*§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:*

.....  
*V – controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente.”*





Todas essas disposições constituem, como se verifica, um firme suporte da constitucionalidade dos projetos de lei sob exame, cabendo, apenas, pequenos reparos quanto à juridicidade e técnica legislativa.

Dentre os projetos de lei analisados – fundamentados, em sua maioria, nos princípios de proteção à pessoa humana – destaca-se, pela sua abrangência, o de nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, melhor ajustado à Lei Complementar nº 95/98, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona.

Não obstante tratar aquelas proposições sobre a proibição de publicidade de cigarro e demais produtos derivados do tabaco, a Lei Complementar nº 95/98 impede a repetição de disposições já previstas em legislação especial regulamentadora da matéria. No caso em foco, alguns dos projetos examinados não optaram por alterar a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígenos, preferindo constituir proposição autônoma.

Por esses motivos, foi considerado salutar, conveniente e oportuno apresentar um substitutivo global à proposição do Poder Executivo que contempla outros projetos de lei examinados, para aperfeiçoar a técnica legislativa e sanar as seguintes injuridicidades:

**a) SUPRESSÃO DO ART. 3º E ALTERAÇÃO DO INCISO VI DO § 1º DO ART. 3º DA LEI:**

O último artigo da proposição revoga o inciso VI do § 1º do art. 3º da Lei 9.294/96 e diz o seguinte: “*VI – não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a elas dirigir-se.*” A revogação era por conta de se estar proibindo a publicidade de cigarro no rádio e TV. Ocorre que a publicidade ainda permanecerá através de pôsteres, painéis e cartazes, não havendo razão para se revogar o princípio da não participação de crianças ou adolescentes neste tipo de propaganda. Por essa razão suprime-se o artigo revocatório, e





mantém-se o inciso VI apenas retirando a expressão “*radiodifusão de sons ou de sons e imagens*”.

Para que o projeto fique mais conciso e a redação mais clara, transformam-se todas as proibições do art. 3.º -A, em alíneas, para facilitar a compreensão e evitar a excessiva repetição de palavras no texto da lei.

**b) MODIFICAÇÃO DO ART. 9º E INCISOS V E VI PARA DEFINIR COM CLAREZA A APLICAÇÃO DAS PENALIDADES**

Todos os infratores estão sujeitos à pena de multa, mínima e máxima, devendo variar apenas o valor de acordo com a condição econômica de cada um.

No mesmo dispositivo não está claro como se dará a suspensão das emissoras de rádio e TV. A punição tem que ser clara e efetiva sob pena de esvaziamento da norma. Sugere-se que para cada infração de um minuto, ou fração, uma suspensão de 10 minutos no mesmo horário de veiculação da propaganda. A clareza evitará dúvidas na hora da autuação e cumprimento da notificação.

**c) DEFINIÇÃO DOS INFRATORES DANDO NOVA REDAÇÃO AO § 3º DO ART. 9º**

A tentativa de se identificar nominalmente os infratores da lei possibilita o risco de não se abranger todos como deseja o legislador. O ideal é considerar infrator qualquer pessoa que direta ou indiretamente seja responsável pela peça publicitária ou pelo veículo de comunicação. Evita-se, assim, que uma pessoa qualquer vestindo uma camiseta com propaganda de marca de cigarros possa ser um infrator, quando na realidade o infrator é quem confeccionou a camiseta.

**d) SUPRESSÃO DO DISPOSITIVO QUE PROÍBE A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS**

Trata-se de norma super abundante, pois o Estatuto da Criança e do Adolescente já tipifica a conduta como crime, não havendo razão para incluí-la nesta lei, cujas penalidades são de ordem administrativa.





Para que o projeto fique mais conciso e a redação mais clara, transformam-se todas as proibições do art. 3ºA, em alíneas, a fim de facilitar a compreensão e evitar a excessiva repetição de palavras no texto da lei.

As emendas apresentadas ao PL nº 3.156/00 pretendem flexibilizar a restrição proposta para a publicidade de cigarros e produtos derivados do tabaco, colidindo com a essência do projeto, razão pela qual não puderam ser acolhidas.

VOTO, em consequência, pela rejeição das emendas ao PL nº 3.156/00 e pela constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa dos Projetos de Lei nº 3.310/97, 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, 3.156/00 e, no mérito, pela aprovação do PL nº 3.156/00 e rejeição dos demais, nos termos do Substitutivo a seguir apresentado.

Sala da Comissão, de junho de 2000

  
Deputado JUTAHY JUNIOR

**Relator**





**COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE  
REDAÇÃO**

**SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.156/00.**

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 CONGRESSO NACIONAL decreta:**

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

“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.

§ 1º .....

.....  
VI – Não incluir a participação de crianças ou adolescentes.





.....

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

.....

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

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

- a) a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde, pelo correio;
- b) a realização de visita promocional ou distribuição gratuita, em estabelecimento de ensino ou local público;
- c) o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
- d) a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista ou local similar.

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:

.....

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;

VI – suspensão de 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.

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidades previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto as penalidades 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 transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em                      de                      de 2000.

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### PROJETO DE LEI Nº 3.310-B, DE 1997 (DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)

Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens; tendo pareceres dos relatores designados pela Mesa em substituição às Comissões: de Seguridade Social e Família, pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado, pela rejeição deste e dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00 e 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1 a 14 apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. DARCÍSIO PERONDI); de Economia, Indústria e Comércio, pela aprovação deste, dos de nºs 3.990/97, 4.144/98, 844/99, 2.734/00 e 3.156/00, apensados, e das emendas de nºs 2, 3, 6, 7 e 12 a este último apresentadas em Plenário, com substitutivo, e pela rejeição dos de nºs 3.381/97, 112/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00 e 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 13 e 14, apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. JOÃO SAMPAIO); e de Constituição e Justiça e de Redação, pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa deste, dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, 3.156/00, apensados e das emendas de nºs 1 a 14, apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado, e, no mérito, pela aprovação do de nº 3.156/00, apensado, com substitutivo, e pela rejeição deste, dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1 a 14 apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. JUTAHY JÚNIOR). Pendente de parecer da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática.

(ÀS COMISSÕES DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA; DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO; DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54) - APENSE-SE A ESTE O PROJETO DE LEI Nº 3.381/97)

## SUMÁRIO

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 3.381/97 (3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00, 3.156/00), 112/99, 844/99, 1.600/99, 2.344/00, 2.734/00 e 2.956/00.



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**PROJETO DE LEI Nº 3.310-C, DE 1997**  
**(DO SR. CARLOS APOLINÁRIO)**

Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens; tendo pareceres dos relatores designados pela Mesa em substituição às Comissões: de Seguridade Social e Família, pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado, pela rejeição deste e dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00 e 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1 a 14 apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. DARCÍSIO PERONDI); de Economia, Indústria e Comércio, pela aprovação deste, dos de nºs 3.990/97, 4.144/98, 844/99, 2.734/00 e 3.156/00, apensados, e das emendas de nºs 2, 3, 6, 7 e 12 a este último apresentadas em Plenário, com substitutivo, e pela rejeição dos de nºs 3.381/97, 112/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00 e 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 13 e 14, apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. JOÃO SAMPAIO); de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela aprovação deste, dos de nºs 844/99 e 3.156/00, apensados, da emenda de nº 8 apresentada em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado, e pela aprovação parcial das emendas de nºs 5 e 7 apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado, com substitutivo, e pela rejeição dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00 e 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13 e 14 apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. PINHEIRO LANDIM); e de Constituição e Justiça e de Redação, pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa deste, dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, 3.156/00, apensados e das emendas de nºs 1 a 14, apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado, e, no mérito, pela aprovação do de nº 3.156/00, apensado, com substitutivo, e pela rejeição deste, dos de nºs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, apensados, e das emendas de nºs 1 a 14 apresentadas em Plenário ao Projeto de Lei nº 3.156/00, apensado (relator: Dep. JUTAHY JÚNIOR).

(ÀS COMISSÕES DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA; DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO; DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54) - APENSE-SE A ESTE O PROJETO DE LEI Nº 3.381/97)

**S U M Á R I O**

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 3.381/97 (3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00, 3.156/00), 112/99, 844/99, 1.600/99, 2.344/00, 2.734/00 e 2.956/00.

III – Pareceres dos relatores designados pela Mesa em substituição às Comissões de Seguridade Social e Família, de Economia Indústria e Comércio, de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Constituição e Justiça e de Redação





CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TEC

Defiro. Apense-se, nos termos do art. 142 do RICD, o PL nº 3.990/97 ao PL nº 4.846/94. Oficie-se e, após, publique-se.  
Em 06/10/99, PRESIDENTE

ap ao 3310/47

OF. CCTCI-P/318

Brasília, 22 de setembro de 1999.

Senhor Presidente,

Ao cumprimentá-lo, comunico a V.Exa. que esta Comissão, em Reunião Ordinária realizada hoje, aprovou o Requerimento do Deputado Pinheiro Landim no qual, nos termos regimentais, solicita a apensação do Projeto de Lei nº 3.990/97 - do Sr. Enio Bacci - que "proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa e dá outras providências" ao de nº 4.846/94 - do Sr. Francisco Silva - que "Estabelece medidas que restringe o consumo de bebidas alcoólicas".

Antecipadamente grato, renovo a V.Exa. protestos de apreço e consideração. *AF*

Atenciosamente,

*Luiz Piauhy Lino*  
Deputado **LUÍZ PIAUHY LINO**  
Presidente

A Sua Excelência o Senhor  
Deputado MICHEL TEMER  
Presidente da Câmara dos Deputados



Lote: 76  
Caixa: 169  
PL N° 3310/1997  
107

SECRETARIA-GERAL DA MESA	
Recebido	
Órgão: <i>Residência</i>	N.º: <i>3338/99</i>
Data: <i>23/09/99</i>	Hora: <i>11:15</i>
Ass.: <i>Angela</i>	Ponto: <i>3451</i>



SGM/P nº 1075/99

Brasília, 06 de outubro de 1999.

Senhor Presidente,

Reportando-me ao Of. nº CCTCI-P/318, datado de 22 de setembro do corrente ano, contendo solicitação de apensação do Projeto de Lei nº 3.990/97, que *proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa e dá outras providências*, ao Projeto de Lei nº 4.846/94, que *estabelece medidas que restringem o consumo de bebidas alcóolicas*, informo a Vossa Excelência que, sobre o assunto, exarei o seguinte despacho:

"Defiro. Apense-se, nos termos do art. 142 do RICD, o PL nº 3.990/97 ao PL nº 4.846/94. Oficie-se e, após, publique-se."

Colho o ensejo para renovar a Vossa Excelência protestos de elevado apreço e distinta consideração.

  
**MICHEL TEMER**  
Presidente

A Sua Excelência o Senhor  
Deputado **LUIZ PIAUHYLINO**

Presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática  
N E S T A

RECEBI O ORIGINAL	
em ____/____/____	às ____ hs.
Nome: _____	
Ponto: _____	

2M 3338/99



CÂMARA DOS  
DEPUTADOS

Menu Principal



Serviços



Comunicação



eCâmara - Proposições

Consulta tramitação das proposições

**Proposição: PL-3310/1997** **Autor: CARLOS APOLINARIO - PMDB /SP** **Data de Apresentação:** 24/06/1997**Apreciação:** Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário**Regime de tramitação:** Urgência art. 64 CF**Situação:** PLEN: Aguardando Originais para Envio ao Arquivo.

**Ementa:** Modifica a 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, proibindo a publicidade de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

**Explicação da Ementa:** LIMITANDO A VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA A IMPRENSA ESCRITA, AO PAINEL, CARTAZ E OUTDOOR.

**Indexação:** ALTERAÇÃO, DISPOSITIVOS, LEI FEDERAL, RESTRIÇÃO, PROPAGANDA, PRODUTO, DERIVADOS, FUMO, BEBIDA ALCOOLICA, MEDICAMENTOS, DEFENSIVO AGRICOLA, PROIBIÇÃO, PUBLICIDADE, ANUNCIO, PROPAGANDA COMERCIAL, EMISSORA, RADIO, TELEVISÃO, AUTORIZAÇÃO, MEIOS DE COMUNICAÇÃO, IMPRENSA, JORNAL, CARTAZ, RESSALVA, PROXIMIDADE, ESTABELECIMENTO DE ENSINO, LOCAL, DESTINAÇÃO, PRATICA ESPORTIVA, ESPORTE.

**Despacho:**

14/6/2000 - DESPACHO À CSSF, CEIC, CCTCI E CCJR (ARTIGO 54 DO RI) - APENSE-SE A ESTE O PL. 3381/97. (NOVO DESPACHO).

**Emendas****- PLEN (PLENÁRIO)**

EMP 20 (Emenda de Plenário) - Odelmo Leão


















EMP 21 (Emenda de Plenário) - Odelmo Leão

EMP 22 (Emenda de Plenário) - Odelmo Leão




EMP 23 (Emenda de Plenário) - João Sampaio

EMP 24 (Emenda de Plenário) - Walter Pinheiro




EMP 25 (Emenda de Plenário) - Mendes Ribeiro Filho   
EMP 26 (Emenda de Plenário) - Mendes Ribeiro Filho   
EMP 27 (Emenda de Plenário) - Mendes Ribeiro Filho   
EMP 28 (Emenda de Plenário) - Mendes Ribeiro Filho   
EMP 29 (Emenda de Plenário) - Mendes Ribeiro Filho   
EMP 30 (Emenda de Plenário) - Fernando Coruja   
EMP 31 (Emenda de Plenário) - Fernando Coruja   
EMP 32 (Emenda de Plenário) - Fernando Coruja   
EMP 33 (Emenda de Plenário) - Fernando Coruja   
EMP 34 (Emenda de Plenário) - Dr. Hélio   
EMP 35 (Emenda de Plenário) - José Antonio Almeida   
EMP 36 (Emenda de Plenário) - José Antonio Almeida   
EMP 37 (Emenda de Plenário) - José Antonio Almeida   
EMP 38 (Emenda de Plenário) - José Antonio Almeida   
EMP 39 (Emenda de Plenário) - Professor Luizinho   
EMP 40 (Emenda de Plenário) - Aécio Neves   
EMP 41 (Emenda de Plenário) - Nelson Marchezan 

#### Pareceres, Votos e Redação Final

- CCTCI (CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA)  
PAR 1 CCTCI (Parecer de Comissão) 
- CCJC (CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA)  
PAR 1 CCJR (Parecer de Comissão) 
- CSSF (SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA)  
PAR 1 CSSF (Parecer de Comissão) 


#### Destaques

- PLEN (PLENÁRIO)  
DTQ 1 (Destaque) - Odelmo Leão 

#### Apensados

PL 3381/1997  PL 112/1999  PL 844/1999  PL 1600/1999  PL 2344/2000   
PL 2734/2000  PL 2956/2000 

#### Requerimentos, Recursos e Ofícios


- PLEN (PLENÁRIO)  
REQ 1 (Requerimento) - Mendes Ribeiro Filho 



REQ 2 (Requerimento) - Fernando Coruja 

REQ 3 (Requerimento) - José Antonio Almeida 

Publicação e Erratas

Errata de 15/06/2000 


### Última Ação:

**9/8/2000** - PLENÁRIO (PLEN) - CONTINUAÇÃO DA DISCUSSÃO EM TURNO ÚNICO. DISCUSSÃO DO PROJETO PELOS DEP ÊNIO BACCI, HENRIQUE FONTANA, POMPEO DE MATTOS, DR ROSINHA, MENDES RIBEIRO FILHO E ARLINDO CHINAGLIA. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JUNIOR, NA QUALIDADE DE LIDER DO BLOCO PSDB/PTB, SOLICITANDO O ENCERRAMENTO DA DISCUSSÃO DESTE PROJETO. ENCERRADA A DISCUSSÃO. APRESENTAÇÃO DE 26 EMENDAS DE PLENARIO ASSIM DISTRIBUIDAS: EMENDAS 15, 16 E 30 A 33 PELO DEP FERNANDO CORUJA E OUTROS; EMENDAS 17 E 18, PELO DEP REGIS CAVALCANTE E OUTROS; EMENDAS 19, 25 A 29, PELO DEP MENDES RIBEIRO FILHO E OUTRO; EMENDAS 20 A 22, PELO DEP ODELMO LEÃO E OUTROS; EMENDAS 23 E 24 PELO DEP JOÃO SAMPAIO E OUTROS; EMENDAS 34 A 39 PELO DEP JOSE ANTONIO DE ALMEIDA E OUTROS; EMENDA 40, PELO DEP AECIO NEVES E EMENDA 41, PELO DEP NELSON MARCHEZAN. DESIGNAÇÕES PARA PROFERIR PARECERES ÀS EMENDAS DE PLENÁRIO 15 A 41: RELATOR, DEP DARCÍSIO PERONDI, EM SUBSTITUIÇÃO À CSSF, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS. RELATOR, DEP JOÃO SAMPAIO, EM SUBSTITUIÇÃO À CEIC, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 33 E 40; PELA PREJUDICIALIDADE DAS EMENDAS 34, 38 E 39; PELA APROVAÇÃO DAS EMENDAS 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 35, 36, 37 E 41, E PARCIALMENTE DAS EMENDAS 20, 21 E 22; NA FORMA DA SUBEMENDA SUBSTITUTIVA QUE APRESENTA. RELATOR, DEP PINHEIRO LANDIM, EM SUBSTITUIÇÃO À CCTCI, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39 E 41; PELA APROVAÇÃO DAS EMENDAS 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 E 35, E PARCIALMENTE DAS EMENDAS 20, 21, 22 E 40; NA FORMA DA SUBEMENDA QUE APRESENTA. RELATOR, DEP JUTAHY JUNIOR, EM SUBSTITUIÇÃO À CCJR, QUE CONCLUI PELA CONSTITUCIONALIDADE, JURIDICIDADE E BOA TÉCNICA LEGISLATIVA DAS EMENDAS. ENCAMINHAMENTO DA VOTAÇÃO PELOS DEP ENIO BACCI, PROFESSOR LUIZINHO, POMPEO DE MATTOS E HENRIQUE FONTANA. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DE DEP JUTAHY JUNIOR, SOLICITANDO PREFERENCIA PARA A VOTAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCJR AO PL. 3156/00, APENSADO. FICA PREJUDICADO ESTE PROJETO, EM FACE DA APROVAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCJR AO PL. 3156/00, APENSADO. (VIDE PL. 3156/00,



APENSADO).

Obs.: o andamento da proposição fora desta Casa Legislativa não é tratado pelo sistema, devendo ser consultado nos órgãos respectivos.

Andamento:	
24/6/1997	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> APRESENTAÇÃO DO PROJETO PELO DEP CARLOS APOLINARIO.
23/7/1997	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> LEITURA E PUBLICAÇÃO DA MATERIA.  <b>DCD 26 07 97 PAG 21660 COL 01.</b>
23/7/1997	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> APENSE-SE AO PL. 4846/94.(DESPACHO INICIAL)
13/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> DEFERIDO REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JÚNIOR, SOLICITANDO A DESAPENSAÇÃO DESTE DO PL. 4846/94 E APENSANDO A ESTE OS PL. 112/99, 844/99, 1600/99, 2344/00, 2734/00 E 2956/00.
13/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> ATRIBUÍDA URGENCIA CONSTITUCIONAL, A ESTE PROJETO, FACE A APENSAÇÃO DO PL. 3156/00.
14/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> DESPACHO À CSSF, CEIC, CCTCI E CCJR (ARTIGO 54 DO RI) - APENSE-SE A ESTE O PL. 3381/97. (NOVO DESPACHO).
14/6/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO SENHORES LÍDERES, SOLICITANDO, NOS TERMOS DO ARTIGO 155 DO RI, URGÊNCIA PARA O PL. 3156/00, CONSEQUENTEMENTE APENSADO A ESTE.
15/6/2000	<b>Comissão de Seguridade Social e Família (CSSF)</b> RELATOR DEP DARCÍSIO PERONDI.
15/6/2000	<b>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</b> RELATOR DEP PINHEIRO LANDIM.
15/6/2000	<b>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</b> RELATOR DEP JOÃO SAMPAIO.
27/6/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> LEITURA E PUBLICAÇÃO DA MATERIA, PENDENTE DE PARECERES DA CSSF, CEIC, CCTCI E CCJR. (PL. 3310-A/97).
27/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> DISCUSSÃO EM TURNO UNICO. REJEIÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP GEDDEL VIEIRA LIMA,




	<p>SOLICITANDO A RETIRADA DA PAUTA DA ORDEM DO DIA, POR 02 SESSÕES, DESTE PROJETO. VERIFICAÇÃO DE VOTAÇÃO, SOLICITADA PELO DEP INOCENCIO OLIVEIRA: SIM-134; NÃO-243; ABST-02; TOTAL-379: REJEIÇÃO DO REQUERIMENTO. DESIGNAÇÃO DO RELATOR, DEP DARCICIO PERONDI, PARA PROFERIR PARECER EM SUBSTITUIÇÃO A CSSF, QUE CONCLUI PELA APROVAÇÃO DO PL. 3156/00 E REJEIÇÃO DESTE E DOS PL. 3381/97; PL. 3990/97; PL. 4144/98; PL. 112/99; PL. 844/99; PL. 1482/99; PL. 1600/99; PL. 1979/99; PL. 2344/00; PL. 2635/00; PL. 2734/00 E PL. 2956/00, APENSADOS E DAS EMENDAS APRESENTADAS EM PLENARIO AO PL. 3156/00. DESIGNAÇÃO DO RELATOR, DEP JOÃO SAMPAIO, PARA PROFERIR PARECER EM SUBSTITUIÇÃO A CEIC, QUE CONCLUI PELA APROVAÇÃO DO PL. 3310/97 E DE SEUS APENSADOS: PL. 3990/97; PL. 4144/98; PL. 844/99; PL. 2734/00 E PL. 3156/00, BEM COMO DAS EMENDAS 02, 03, 06, 07 E 12 A ESTE ULTIMO APRESENTADAS, COM SUBSTITUTIVO E PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 01, 04, 05, 08, 09, 10, 11, 13 E 14 AO PL. 3156/00, E DOS PL. 3381/97; PL. 112/99; PL. 1482/99; PL. 1600/99; PL. 1979/99; PL. 2344/00; PL. 2635/00 E PL. 2956/00. DESIGNAÇÃO DO RELATOR, DEP JUTAHY JUNIOR, PARA PROFERIR PARECER EM SUBSTITUIÇÃO A CCJR, QUE CONCLUI PELA CONSTITUCIONALIDADE, JURIDICIDADE E TECNICA LEGISLATIVA E, NO MERITO, PELA APROVAÇÃO DO PL. 3156/00 E REJEIÇÃO DOS DEMAIS, COM SUBSTITUTIVO. DESIGNAÇÃO DO RELATOR, DEP PINHEIRO LANDIM, PARA PROFERIR PARECER EM SUBSTITUIÇÃO A CCTCI, QUE SOLICITA PRAZO DE 01 SESSÃO PARA PROFERIR SEU PARECER. EM CONSEQUENCIA, O PROJETO SAI DA ORDEM DO DIA.</p>
27/6/2000	<p><b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> LEITURA E PUBLICAÇÃO DOS PARECERES DA CSSF, CEIC E CCJR, PENDENTE DE PARECER DA CCTCI. (PL. 3310-B/97).</p>
28/6/2000	<p><b>PLENÁRIO (PLEN)</b> DISCUSSÃO EM TURNO UNICO. DESIGNAÇÃO DO RELATOR, DEP PINHEIRO LANDIM, PARA PROFERIR PARECER EM SUBSTITUIÇÃO A CCTCI, QUE CONCLUI PELA APROVAÇÃO DESTE E DOS PL. 844/99 E PL. 3156/00, APENSADOS; EMENDA DE PLENARIO 08 E PARCIALMENTE DAS EMENDAS DE PLENARIO 05 E 07, APRESENTADAS AO PL. 3156/00, APENSADO, COM SUBSTITUTIVO E PELA REJEIÇÃO DOS PL. 3381/97; PL. 3990/97; PL. 4144/98; PL. 112/99; PL. 1600/99; PL. 1979/99; PL. 2344/00; PL. 2635/00; PL. 2734/00 E PL. 2956/00 E DAS EMENDAS 01, 02, 03, 04, 06, 09, 10, 11, 12, 13 E 14. ADIADA A DISCUSSÃO, DE OFICIO.</p>
30/6/2000	<p><b>PLENÁRIO (PLEN)</b> LEITURA E PUBLICAÇÃO DOS PARECERES DA CSSF, CEIC, CCTCI E CCJR. PRONTO PARA A ORDEM DO DIA. PL. 3310-C/97.</p>
2/8/2000	<p><b>PLENÁRIO (PLEN)</b> CONTINUAÇÃO DA DISCUSSÃO EM TURNO ÚNICO. RETIRADA DE PAUTA, DE OFICIO.</p>
9/8/2000	<p><b>PLENÁRIO (PLEN)</b> CONTINUAÇÃO DA DISCUSSÃO EM TURNO ÚNICO. DISCUSSÃO DO PROJETO PELOS DEP ÊNIO BACCI, HENRIQUE FONTANA, POMPEO DE MATTOS, DR ROSINHA, MENDES RIBEIRO FILHO E ARLINDO CHINAGLIA. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JUNIOR, NA QUALIDADE DE LIDER DO BLOCO PSDB/PTB, SOLICITANDO O ENCERRAMENTO DA DISCUSSÃO DESTE PROJETO. ENCERRADA A DISCUSSÃO. APRESENTAÇÃO DE 26 EMENDAS DE PLENARIO ASSIM DISTRIBUIDAS: EMENDAS 15, 16 E 30 A 33 PELO DEP FERNANDO CORUJA E OUTROS; EMENDAS 17 E 18, PELO DEP REGIS CAVALCANTE E</p>



OUTROS; EMENDAS 19, 25 A 29, PELO DEP MENDES RIBEIRO FILHO E OUTRO; EMENDAS 20 A 22, PELO DEP ODELMO LEÃO E OUTROS; EMENDAS 23 E 24 PELO DEP JOÃO SAMPAIO E OUTROS; EMENDAS 34 A 39 PELO DEP JOSE ANTONIO DE ALMEIDA E OUTROS; EMENDA 40, PELO DEP AECIO NEVES E EMENDA 41, PELO DEP NELSON MARCHEZAN. DESIGNAÇÕES PARA PROFERIR PARECERES ÀS EMENDAS DE PLENÁRIO 15 A 41: RELATOR, DEP DARCÍSIO PERONDI, EM SUBSTITUIÇÃO À CSSF, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS. RELATOR, DEP JOÃO SAMPAIO, EM SUBSTITUIÇÃO À CEIC, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 33 E 40; PELA PREJUDICIALIDADE DAS EMENDAS 34, 38 E 39; PELA APROVAÇÃO DAS EMENDAS 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 35, 36, 37 E 41, E PARCIALMENTE DAS EMENDAS 20, 21 E 22; NA FORMA DA SUBEMENDA SUBSTITUTIVA QUE APRESENTA. RELATOR, DEP PINHEIRO LANDIM, EM SUBSTITUIÇÃO À CCTCI, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39 E 41; PELA APROVAÇÃO DAS EMENDAS 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 E 35, E PARCIALMENTE DAS EMENDAS 20, 21, 22 E 40; NA FORMA DA SUBEMENDA QUE APRESENTA. RELATOR, DEP JUTAHY JUNIOR, EM SUBSTITUIÇÃO À CCJR, QUE CONCLUI PELA CONSTITUCIONALIDADE, JURIDICIDADE E BOA TÉCNICA LEGISLATIVA DAS EMENDAS. ENCAMINHAMENTO DA VOTAÇÃO PELOS DEP ENIO BACCI, PROFESSOR LUIZINHO, POMPEO DE MATTOS E HENRIQUE FONTANA. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DE DEP JUTAHY JUNIOR, SOLICITANDO PREFERÊNCIA PARA A VOTAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCJR AO PL. 3156/00, APENSADO. FICA PREJUDICADO ESTE PROJETO, EM FACE DA APROVAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCJR AO PL. 3156/00, APENSADO. (VIDE PL. 3156/00, APENSADO).

Cadastrar para Acompanhamento

 [Página anterior](#)

 [Nova pesquisa](#)





## eCâmara - Proposições

## Consulta tramitação das proposições

**Proposição: PL-3156/2000** **Autor:** Poder Executivo**Data de Apresentação:** 31/05/2000**Apreciação:** Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário**Regime de tramitação:** Urgência art. 155 RICD**Apensado(a) ao(a): PL-3381/1997** **Origem:** MSC-748/2000 **Situação:** MESA: Transformado em Norma Jurídica; PLEN: Transformado em Norma Jurídica.

**Ementa:** Dá nova redação a dispositivos 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.

**Explicação da Ementa:** PROIBINDO O USO DE DERIVADOS DE FUMO NAS AERONAVES E DEMAIS VEICULOS DE TRANSPORTE COLETIVO; LIMITANDO A PROPAGANDA A POSTERES, PAINÉIS E CARTAZES INTERNOS E RESTRINGINDO A PROPAGANDA, VENDA E DISTRIBUIÇÃO DE AMOSTRA GRÁTIS E BRINDES PELO CORREIO.



**Indexação:** ALTERAÇÃO, LEI FEDERAL, RESTRIÇÃO, UTILIZAÇÃO, PROPAGANDA, DERIVADOS, FUMO, LIMITAÇÃO, PROPAGANDA COMERCIAL, CIGARRO, CARTAZ, OBRIGATORIEDADE, IMPRESSÃO, MENSAGEM, ADVERTENCIA, EMBALAGEM, IDENTIFICAÇÃO, (ANVS), PROIBIÇÃO, USUARIO, TRANSPORTE COLETIVO, ONIBUS, AERONAVE, VENDA, COMERCIALIZAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, AMOSTRA GRATIS, BRINDES, ESTABELECIMENTO DE ENSINO, HOSPITAL, REMESSA POSTAL, (INTERNET), PATROCINIO, ATIVIDADE CULTURAL, COMPETIÇÃO ESPORTIVA, ESPORTE, ESTADIO, VEICULO AUTOMOTOR, DEFINIÇÃO, INFRATOR, COMPETENCIA, AUTORIDADE SANITARIA, ORGÃO REGULADOR, AVIAÇÃO CIVIL, (MC), (MTR), APLICAÇÃO, PENALIDADE, MULTA, SUSPENSÃO, PROGRAMAÇÃO, INEXISTENCIA, CENSURA, MEIOS DE COMUNICAÇÃO, ATIVIDADE PROFISSIONAL, EMPRESA JORNALISTICA, REVOGAÇÃO, AUTORIZAÇÃO, PUBLICIDADE, EMISSORA, RADIO, TELEVISÃO, HORARIO NOTURNO, COMBATE, VICIO, REDUÇÃO, TABAGISMO.

**Despacho:**









13/12/2000 - DESPACHO À SANÇÃO. PL. 3156-C/00.

**Emendas****- PLEN (PLENÁRIO)**





EMS 3156/2000 (Emenda/Substitutivo do Senado) - Senado Federal   
- CCJC (CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA)  
PRL 1 CCJR (Parecer do Relator) - Jutahy Junior 


#### Pareceres, Votos e Redação Final

- CCTCI (CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA)  
PAR 1 CCTCI (Parecer de Comissão)   
PPP 1 CCTCI (Parecer Proferido em Plenário) - Pinheiro Landim   
- CCJC (CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA)  
PAR 1 CCJR (Parecer de Comissão)   
PPP 1 CCJR (Parecer Proferido em Plenário) - Jutahy Junior   
- CDEIC (DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO)  
PAR 1 CEIC (Parecer de Comissão)   
PPP 1 CEIC (Parecer Proferido em Plenário) - João Sampaio   
PRR 1 CEIC (Parecer Reformulado) - João Sampaio   
- CSSF (SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA)  
PAR 1 CSSF (Parecer de Comissão)   
PPP 1 CSSF (Parecer Proferido em Plenário) - Alceu Collares 

#### Destaques

- PLEN (PLENÁRIO)  
DTQ 1 (Destaque) - Nelson Proença   
DTQ 2 (Destaque) - Aloizio Mercadante 


#### Publicação e Erratas

Publicação A de 10/08/2000 


#### Última Ação:

27/12/2000 - Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) - TRANSFORMADO NA LEI 10167/00. DOFC 28 12 00 PAG 0003 COL 02.

Obs.: o andamento da proposição fora desta Casa Legislativa não é tratado pelo sistema, devendo ser consultado nos órgãos respectivos.

Andamento:	
31/5/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> Apresentação do Projeto de Lei pelo Poder Executivo 




31/5/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> APENSE-SE AO PL. 4846/94. ENTRADA NA CÂMARA: 01 06 00. PRAZO PARA EMENDAS: PRIMEIRA SESSÃO: 02 06 00. SEGUNDA SESSÃO: 05 06 00. TERCEIRA SESSÃO: 06 06 00. QUARTA SESSÃO: 07 06 00. QUINTA SESSÃO: 08 06 00. PRAZO NA CÂMARA: 16 08 00.(DESPACHO INICIAL)
8/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> INDEFERIDO REQUERIMENTO DO DEP CUNHA BUENO, SOLICITANDO A TRAMITAÇÃO CONJUNTA, TENDO EM VISTA O FATO DESTE TER SIDO APENSADO AO PL. 4846/94, CONSOANTE OS CRITÉRIOS REGIMENTAIS CONSTANTES DOS ARTIGOS 142 E 143 DO RI.
8/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> APRESENTAÇÃO DE 14 EMENDAS, ASSIM DISTRIBUÍDAS: EMENDA 01, PELO DEP VALDEMAR COSTA NETO; EMENDAS 02, 03, 04, 05, 06, 09, 10, 11, 12, 13 E 14, PELO DEP FRANCISCO COELHO; EMENDAS 07 E 08, PELO DEP ODELMO LEÃO.
12/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JÚNIOR, SOLICITANDO A DESAPENSAÇÃO DESTE, DO PL. 4846/94.
13/6/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> DEFERIDO REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JÚNIOR, SOLICITANDO A DESAPENSAÇÃO DESTE DO PL. 4846/94 E APENSANDO-O AO PL. 3381/97.
14/6/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DOS DEP JUTAHY JUNIOR, NA QUALIDADE DE LIDER DO BLOCO PSDB/PTB; INOCENCIO OLIVEIRA, LIDER DO PFL, BISPO RODRIGUES, NA QUALIDADE DE LIDER DO BLOCO PL/PSL; WALTER PINHEIRO, NA QUALIDADE DE LIDER DO PT; FERNANDO CORUJA, NA QUALIDADE DE LIDER DO PDT; SERGIO MIRANDA, NA QUALIDADE DE LIDER DO BLOCO PSB/PC DO B E GEDDEL VIEIRA LIMA, LIDER DO BLOCO PMDB/PST/PTN, SOLICITANDO, NOS TERMOS DO ARTIGO 155 DO RI, URGENCIA PARA ESTE PROJETO.  <b>DCD 15 06 00 PAG 31691</b> COL 01.
9/8/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> CONTINUAÇÃO DA DISCUSSÃO EM TURNO ÚNICO. (VIDE: PL. 3310/97, PRINCIPAL). DISCUSSÃO DO PROJETO PELOS DEP ÊNIO BACCI, HENRIQUE FONTANA, POMPEO DE MATTOS, DR ROSINHA, MENDES RIBEIRO FILHO E ARLINDO CHINAGLIA. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JUNIOR, NA QUALIDADE DE LIDER DO BLOCO PSDB/PTB, SOLICITANDO O ENCERRAMENTO DA DISCUSSÃO DESTE PROJETO. ENCERRADA A DISCUSSÃO. APRESENTAÇÃO DE 26 EMENDAS DE PLENARIO ASSIM DISTRIBUIDAS: EMENDAS 15, 16 E 30 A 33 PELO DEP FERNANDO CORUJA E OUTROS; EMENDAS 17 E 18, PELO DEP REGIS CAVALCANTE E OUTROS; EMENDAS 19, 25 A 29, PELO DEP MENDES RIBEIRO FILHO E OUTRO; EMENDAS 20 A 22, PELO DEP ODELMO LEÃO E OUTROS; EMENDAS 23 E 24 PELO DEP JOÃO SAMPAIO E OUTROS; EMENDAS 34 A 39 PELO DEP JOSE ANTONIO DE ALMEIDA E OUTROS; EMENDA 40, PELO DEP AECIO NEVES E EMENDA 41, PELO DEP NELSON MARCHEZAN. DESIGNAÇÕES PARA PROFERIR PARECERES ÀS EMENDAS DE PLENÁRIO 15 A 41: RELATOR, DEP DARCÍSIO PERONDI, EM SUBSTITUIÇÃO À CSSF, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS. RELATOR, DEP JOÃO SAMPAIO, EM SUBSTITUIÇÃO À CEIC, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 33 E 40; PELA PREJUDICIALIDADE DAS EMENDAS 34, 38 E 39; PELA APROVAÇÃO DAS EMENDAS 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 35, 36, 37 E 41, E PARCIALMENTE DAS EMENDAS 20, 21 E 22; NA



FORMA DA SUBEMENDA SUBSTITUTIVA QUE APRESENTA. RELATOR, DEP PINHEIRO LANDIM, EM SUBSTITUIÇÃO À CCTCI, QUE CONCLUI PELA REJEIÇÃO DAS EMENDAS 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39 E 41; PELA APROVAÇÃO DAS EMENDAS 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 E 35, E PARCIALMENTE DAS EMENDAS 20, 21; 22 E 40; NA FORMA DA SUBEMENDA QUE APRESENTA. RELATOR, DEP JUTAHY JUNIOR, EM SUBSTITUIÇÃO À CCJR, QUE CONCLUI PELA CONSTITUCIONALIDADE, JURIDICIDADE E BOA TÉCNICA LEGISLATIVA DAS EMENDAS. ENCAMINHAMENTO DA VOTAÇÃO PELOS DEP ENIO BACCI, PROFESSOR LUIZINHO, POMPEO DE MATTOS E HENRIQUE FONTANA. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP JUTAHY JUNIOR, SOLICITANDO PREFERÊNCIA PARA A VOTAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCJR A ESTE PROJETO. PREJUDICADO O REQUERIMENTO DO DEP FERNANDO CORUJA, NA QUALIDADE DE LÍDER DO PDT, SOLICITANDO PREFERÊNCIA PARA VOTAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CEIC. APROVAÇÃO DO SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCJR A ESTE, RESSALVADOS OS DESTAQUES. REJEIÇÃO DAS EMENDAS DE PLENÁRIO 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32 E 33 COM PARECERES PELA REJEIÇÃO, RESSALVADOS OS DESTAQUES. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP ODELMO LEÃO, LÍDER DO PPB, QUE SOLICITA DESTAQUE PARA VOTAÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 22. REJEIÇÃO DA MATÉRIA DESTACADA. VERIFICAÇÃO DA VOTAÇÃO, SOLICITADA PELO DEP ODELMO LEÃO: SIM-88; NÃO-252; ABST-01; TOTAL-341. REJEIÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 20 DO DEP ODELMO LEÃO E OUTROS. APROVAÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 39 DO DEP JOSE ANTONIO ALMEIDA E OUTROS. REJEIÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 40 DO DEP AECIO NEVES. REJEIÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 30 DO DEP FERNANDO CORUJA E OUTROS, RESSALVADO O DESTAQUE. APROVAÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 41 DO DEP NELSON MARCHEZAN. REJEIÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 29 DO DEP MENDES RIBEIRO FILHO E OUTRO. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP MENDES RIBEIRO FILHO, NA QUALIDADE DE LÍDER DO BLOCO PMDB/PST/PTN, QUE SOLICITA DESTAQUE PARA VOTAÇÃO EM SEPARADO DA EMENDA DE PLENÁRIO 19. APROVAÇÃO DA MATÉRIA DESTACADA. REJEIÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 30, OBJETO DE DVS DO DEP HENRIQUE FONTANA, NA QUALIDADE DE LÍDER DO PT. RETIRADOS: O DESTAQUE DA BANCADA DO PDT PARA VOTAÇÃO DA EMENDA DE PLENÁRIO 23; AS EMENDAS DE PLENÁRIO 21, 23, 24, 26, 27, 28 E 34 A 38; E O DESTAQUE DA BANCADA DO PSDB PARA INCLUSÃO DO ARTIGO TERCEIRO DO PL. 1482/99, APENSADO, NO TEXTO DO SUBSTITUTIVO APROVADO. PREJUDICADOS: O TEXTO ORIGINAL DESTA PROJETO E AS EMENDAS A ELE APRESENTADAS: O PL. 3310/97, PRINCIPAL; OS PL. 3381/97; PL. 3990/97; PL. 4144/98; PL. 112/99; PL. 844/99; PL. 1482/99; PL. 1600/99; PL. 1979/99; PL. 2344/00; PL. 2635/00; PL. 2734/00 E PL. 2956/00; O SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CEIC; O SUBSTITUTIVO DO RELATOR DA CCTCI; OS DEMAIS DESTAQUES E A EMENDA DE PLENÁRIO 25. APROVAÇÃO DA REDAÇÃO FINAL, OFERECIDA PELO RELATOR, DEP ROBERTO BRANT.

9/8/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> DESPACHO AO SENADO FEDERAL. PL. 3156-A/00.
15/8/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> REMESSA AO SF, ATRAVÉS DO OF PS-GSE/224/00.
21/11/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> OF 1618, DO SENADO FEDERAL, COMUNICANDO A APROVAÇÃO DESTA PROJETO, COM EMENDA.
22/11/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> DESPACHO A CSSF, CEIC, CCTCI E CCJR (ARTIGO 54). (TRAMITAÇÃO EM SEGUNDO TURNO). PRAZO NA CAMARA: 01 12 00.



22/11/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> LEITURA E PUBLICAÇÃO DA EMENDA DO SENADO. (PL. 3156-B/00).
28/11/2000	<b>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</b> RELATOR DEP JOÃO SAMPAIO. (EMENDA DO SENADO).
28/11/2000	<b>Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)</b> RELATOR DEP JUTAHY JUNIOR. (EMENDA DO SENADO).
29/11/2000	<b>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</b> RELATOR DEP PINHEIRO LANDIM. (EMENDA DO SENADO).
5/12/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> AVISO 2178/00 DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, ENCAMINHANDO A MSC18212000, SOLICITANDO O CANCELAMENTO DA URGÊNCIA CONSTITUCIONAL DESTES PROJETO.
5/12/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> DISCUSSÃO EM TURNO ÚNICO DA EMENDA DO SENADO FEDERAL. ADIADA A DISCUSSÃO, EM FACE DO ENCERRAMENTO DA SESSÃO.
6/12/2000	<b>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</b> PARECER FAVORÁVEL DO RELATOR, DEP JOÃO SAMPAIO. (EMENDA DO SENADO). 
11/12/2000	<b>Comissão de Seguridade Social e Família (CSSF)</b> RELATOR DEP ALCEU COLLARES. (EMENDA DO SENADO)
13/12/2000	<b>PLENÁRIO (PLEN)</b> APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP PROFESSOR LUIZINHO, SOLICITANDO A INVERSÃO DA PAUTA, DA ORDEM DO DIA, PARA APRECIÇÃO DESTE PROJETO COMO ÚLTIMO ITEM. (19:52 HORAS). DISCUSSÃO EM TURNO ÚNICO DA EMENDA DO SENADO FEDERAL. DESIGNAÇÕES PARA PROFERIR PARECERES À EMENDA DO SENADO FEDERAL: RELATOR DEP ALCEU COLLARES, EM SUBSTITUIÇÃO À CSSF, QUE CONCLUI PELA APROVAÇÃO. LEITURA DO PARECER, SOBRE A MESA, DO RELATOR DEP JOÃO SAMPAIO, EM SUBSTITUIÇÃO À CEIC, QUE CONCLUI PELA APROVAÇÃO, COM SUPRESSÃO DA EXPRESSÃO "INCLUSIVE INTERNET", CONSTANTE DO INCISO III, DO ARTIGO TERCEIRO-A, DA EMENDA DO SENADO FEDERAL, PREVISTA PELO DESTAQUE PARA VOTAÇÃO EM SEPARADO APRESENTADO PELO DEP NELSON PROENÇA - BLOCO PMDB/PTN. RELATOR DEP PINHEIRO LANDIM, EM SUBSTITUIÇÃO À CCTCI, QUE CONCLUI PELA APROVAÇÃO. RELATOR DEP JUTAHY JUNIOR, EM SUBSTITUIÇÃO À CCJR, QUE CONCLUI PELA CONSTITUCIONALIDADE, JURIDICIDADE E BOA TÉCNICA LEGISLATIVA. DISCUSSÃO DO PROJETO PELO DEP IVAN PAIXÃO. ENCERRADA A DISCUSSÃO. ENCAMINHAMENTO DA VOTAÇÃO PELOS DEP PROFESSOR LUIZINHO E ALOIZIO MERCADANTE. APROVAÇÃO DA EMENDA DO SENADO FEDERAL, RESSALVADOS OS DESTAQUES. APROVAÇÃO DA EXPRESSÃO: "INCLUSIVE INTERNET", CONSTANTE DO INCISO III DO ARTIGO TERCEIRO-A DA EMENDA DO SENADO FEDERAL, OBJETO DE DVS DA BANCADA DO BLOCO PMDB/PTN: MANTIDO O TEXTO DA EMENDA DO SENADO FEDERAL. APROVAÇÃO DO REQUERIMENTO DO DEP ALOIZIO MERCADANTE, LÍDER DO PT, SOLICITANDO VOTAÇÃO NOMINAL PARA O DVS DA BANCADA DO PT. APROVAÇÃO DA EXPRESSÃO "E CULTURAIS, CONSTANTE DO PARÁGRAFO ÚNICO DO ARTIGO TERCEIRO-A DA EMENDA DO SENADO, OBJETO DE DVS



	DA BANCADA DO PT: SIM-216; NÃO-153; ABST-0; TOTAL-369: MANTIDO O TEXTO DA EMENDA DO SENADO FEDERAL. APROVAÇÃO DA REDAÇÃO FINAL, OFERECIDA PELO RELATOR, DEP ÁTILA LINS.
13/12/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> DESPACHO À SANÇÃO. PL. 3156-C/00.
21/12/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> REMESSA À SANÇÃO, ATRAVÉS DA MSC 20/00.
21/12/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> OF PS-GSE/407/00, AO SF, COMUNICANDO A REMESSA DESTE PROJETO À SANÇÃO.
27/12/2000	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> TRANSFORMADO NA LEI 10167/00. DOFC 28 12 00 PAG 0003 COL 02.
21/3/2001	<b>CONGRESSO NACIONAL (CN)</b> LEITURA E PUBLICAÇÃO DA MENSAGEM 1326/00-CN.
21/3/2001	<b>CONGRESSO NACIONAL (CN)</b> DESIGNAÇÃO DA SEGUINTE COMISSÃO MISTA PARA ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO: SENADORES: JOSÉ ROBERTO ARRUDA, JOSÉ AGRIPIANO E JEFFERSON PERES. DEPUTADOS: DARCISIO PERONDI, PINHEIRO LANDIN E JUTAHY JUNIOR. PRAZO PARA APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO: 10 04 01 (20 DIAS, DE ACORDO COM O ARTIGO 105 DO REGIMENTO COMUM). PRAZO PARA TRAMITAÇÃO DO VETO NO CONGRESSO NACIONAL: 20 04 01 (30 DIAS, DE ACORDO COM O ARTIGO 66, PARÁGRAFO QUARTO DA CF).
20/5/2004	<b>CONGRESSO NACIONAL (CN)</b> Discussão em turno único dos Vetos Presidenciais apostos a este Projeto.
20/5/2004	<b>CONGRESSO NACIONAL (CN)</b> Encerrada a discussão.
20/5/2004	<b>CONGRESSO NACIONAL (CN)</b> Votação em turno único dos Vetos Presidenciais apostos a este Projeto, pelo processo de cédula única, item 1. DCN de 21/05/2004, pág 785.
26/5/2004	<b>Senado Federal (SF)</b> Leitura da Ata de Apuração dos Vetos Presidenciais constantes da cédula única de votação utilizada na sessão conjunta realizada no dia 20/05/2004. DSF de 28/05/2004, pág. 16396, col. 1.
26/5/2004	<b>CONGRESSO NACIONAL (CN)</b> Mantidos os demais Vetos Presidenciais apostos a este Projeto, item 1 da cédula única de votação. Resultados publicados no DSF de 28/05/2004.
2/6/2004	<b>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</b> Of. 330/2004-CN, de 27/05/2004, comunicando a manutenção dos Vetos Presidenciais e encaminhando a



Ata de Apuração dos votos de Vetos Presidenciais constantes da cédula única de votação utilizada na sessão conjunta realizada no dia 20/05/2004. DCD de 03/06/2004, pág. 25870, col. 2.


16/11/2004

**COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)**

Ao Arquivo - Mem. 305

Cadastrar para Acompanhamento

 [Página anterior](#)

 [Nova pesquisa](#)





Transporte, Terminais, Depósitos e Comércio	- transporte de cargas perigosas, transporte por dutos, marinas, portos e aeroportos; terminais de minério, petróleo e derivados e produtos químicos; depósitos de produtos químicos e produtos perigosos; comércio de combustíveis, derivados de petróleo e produtos químicos e produtos perigosos.	Alto
Turismo	- complexos turísticos e de lazer, inclusive parques temáticos.	Pequeno
Uso de Recursos Naturais	- silvicultura; exploração econômica da madeira ou lenha e subprodutos florestais; importação ou exportação da fauna e flora nativas brasileiras; atividade de criação e exploração econômica de fauna exótica e de fauna silvestre; utilização do patrimônio genético natural; exploração de recursos aquáticos vivos; introdução de espécies exóticas ou geneticamente modificadas; uso da diversidade biológica pela biotecnologia.	Médio
(VETADO)		

ANEXO IX

VALORES, EM REAIS, DEVIDOS A TÍTULOS DE TCFA POR ESTABELECIMENTO POR TRIMESTRE

Potencial de Poluição, Grau de utilização de Recursos Naturais	Pessoa Física	Microempresa	Empresa de Pequeno Porte	Empresa de Médio Porte	Empresa de Grande Porte
Pequeno	-	-	112,50	225,00	450,00
Médio	-	-	180,00	360,00	900,00
Alto	-	50,00	225,00	450,00	2.250,00

Art. 4º O Poder Executivo publicará texto consolidado da Lei nº 6.938, de 1981, no prazo de trinta dias após a publicação desta Lei.

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

Art. 6º Revoga-se o art. 17-J da Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981.

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

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO  
José Gregori  
Pedro Malan  
Eliseu Padilha  
Benjamin Benzaquen Sicsú  
José Sarney Filho

AC = Acréscimo.

LEI Nº 10.166, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

Altera a Lei nº 7.542, de 26 de setembro de 1986, que dispõe sobre a pesquisa, exploração, remoção e demolição de coisas ou bens afundados, submersos, encalhados e perdidos em águas sob jurisdição nacional, em terreno de marinha e seus acréscimos e em terrenos marginais, em decorrência de sinistro, alijamento ou fortuna do mar, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA  
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O § 5º do art. 16 da Lei nº 7.542, de 26 de setembro de 1986, passa a vigorar com a seguinte redação:

"§ 5º Poderá ser concedida autorização para realizar operações e atividades de pesquisa, exploração, remoção ou demolição, no todo ou em parte, de coisas e bens referidos nesta Lei, que tenham passado ao domínio da União, a pessoa física ou jurídica nacional ou estrangeira com comprovada experiência em atividades de pesquisa, localização e exploração de coisas e bens submersos, a quem caberá responsabilizar-se por seus atos perante a Autoridade Naval." (NR)

Art. 2º O art. 20 da Lei nº 7.542, de 1986, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 20. As coisas e os bens resgatados de valor artístico, de interesse histórico ou arqueológico permanecerão no domínio da União, não sendo passíveis de apropriação, doação, alienação direta ou por meio de licitação pública, o que deverá constar do contrato ou do ato de autorização elaborado previamente à remoção." (NR)

"§ 1º O contrato ou o ato de autorização previsto no caput deste artigo deverá ser assinado pela Autoridade Naval, pelo concessionário e por um representante do Ministério da Cultura." (AC)

"§ 2º O contrato ou o ato de autorização poderá estipular o pagamento de recompensa ao concessionário pela remoção dos bens de valor artístico, de interesse histórico ou arqueológico, a qual poderá se constituir na adjudicação de até quarenta por cento do valor total atribuído às coisas e bens como tais classificados." (AC)\*

"§ 3º As coisas e bens resgatados serão avaliados por uma comissão de peritos, convocada pela Autoridade Naval e ouvido o Ministério da Cultura, que decidirá se eles são de valor artístico, de interesse cultural ou arqueológico e atribuirá os seus valores, devendo levar em consideração os preços praticados no mercado internacional." (AC)

"§ 4º Em qualquer hipótese, é assegurada à União a escolha das coisas e bens resgatados de valor artístico, de interesse histórico ou arqueológico, que serão adjudicados." (AC)

Art. 3º Os incisos II e III e os §§ 1º e 2º do art. 21 da Lei nº 7.542, de 1986, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 21. ....

"II - soma em dinheiro proporcional ao valor de mercado das coisas e bens que vierem a ser recuperados, até o limite de setenta por cento, aplicando-se, para definição da parcela em cada caso, o disposto no § 1º deste artigo;" (NR)

"III - adjudicação de parte das coisas e bens que vierem a ser resgatados, até o limite de setenta por cento, aplicando-se, também, para a definição da parcela em cada caso, o disposto no § 1º deste artigo;" (NR)

".....

"§ 1º A atribuição da parcela que caberá ao concessionário dependerá do grau de dificuldade e da complexidade técnica requeridas para realizar as atividades de localização, exploração, remoção, preservação e restauração, a serem aferidas pela Autoridade Naval." (NR)

"§ 2º As coisas e os bens resgatados, dependendo de sua natureza e conteúdo, deverão ser avaliados com base em critérios predominantes nos mercados nacional e internacional, podendo os valores atribuídos, a critério da Autoridade Naval, ser aferidos por organizações renomadas por sua atuação no segmento específico." (NR)

".....

Art. 4º O art. 32 da Lei nº 7.542, de 1986, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2º, numerando-se o atual parágrafo único como § 1º:

"Art. 32. ....

"§ 1º (antigo parágrafo único) .....

"§ 2º É livre, dependendo apenas de comunicação à Autoridade Naval e desde que não represente riscos inaceitáveis para a segurança da navegação, para terceiros ou para o meio ambiente, a realização de excursões de turismo submarino, com turistas mergulhadores nacionais e estrangeiros, em sítios arqueológicos já incorporados ao domínio da União, quando promovidas por conta e responsabilidade de empresas devidamente cadastradas na Marinha do Brasil e no Instituto Brasileiro de Turismo, sendo vedada aos mergulhadores a remoção de qualquer bem ou parte deste." (AC)

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

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

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO  
Geraldo Magela da Cruz Quintão

(\*) AC = Acréscimo.

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 seqüencialmente 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 estabelecimentos 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 fabricante, sem recomendação de consumo."

"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."

"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 transportes 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; 179ª da Independência e 112ª da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO  
José Gregori  
Pedro Malan  
Marcus Vinicius Pratini de Moraes  
José Serra  
Benjamin Benzaquen Sicsú  
Martus Tavares  
Pimenta da Veiga

## Atos do Poder Executivo

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2053-34, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

Dá nova redação ao art. 9º da Lei nº 8.723, de 28 de outubro de 1993, que dispõe sobre a redução de emissão de poluentes por veículos automotores, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º O art. 9º da Lei nº 8.723, de 28 de outubro de 1993, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 9º É fixado em vinte e dois por cento o percentual obrigatório de adição de álcool etílico anidro combustível à gasolina em todo o território nacional.

§ 1º O Poder Executivo poderá elevar o referido percentual até o limite de vinte e quatro por cento ou reduzi-lo a vinte por cento.

§ 2º Será admitida a variação de um ponto por cento, para mais ou para menos, na aferição dos percentuais de que trata este artigo." (NR)

Art. 2º Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.053-33, de 30 de novembro de 2000.

Art. 3º Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

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

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO  
Pedro Malan  
Marcus Vinicius Pratini de Moraes  
Benjamin Benzaquen Sicsú  
Rodolpho Tourinho Neto

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.061-3, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

Dispõe sobre o Programa de Recuperação Fiscal - Refis.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º O inciso I do § 4º do art. 2º da Lei nº 9.964, de 10 de abril de 2000, passa a vigorar com a seguinte redação:

"I - independentemente da data de formalização da opção, sujeitar-se-á, a partir de 1º de março de 2000, a juros correspondentes à variação mensal da Taxa de Juros de Longo Prazo - TJLP, vedada a imposição de qualquer outro acréscimo;" (NR)

Art. 2º As pessoas jurídicas optantes pelo Refis ou pelo parcelamento a ele alternativo poderão, excepcionalmente, parcelar os débitos relativos aos tributos e às contribuições referidos no art. 1º da Lei nº 9.964, de 2000, com vencimento entre 1º de março e 15 de setembro de 2000, em até seis parcelas mensais, iguais e sucessivas.

§ 1º O parcelamento de que trata este artigo será requerido junto ao órgão a que estiver vinculado o débito, até o último dia útil do mês de novembro de 2000.

§ 2º O débito objeto do parcelamento será consolidado na data da concessão.

§ 3º O valor de cada prestação não poderá ser inferior a R\$ 50,00 (cinquenta reais).

§ 4º O valor de cada prestação mensal, por ocasião do pagamento, será acrescido de juros equivalentes à Taxa Referencial do Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC), para títulos federais, acumulada mensalmente, calculados a partir da data do deferimento até o mês anterior ao do pagamento, e de um por cento relativamente ao mês em que o pagamento estiver sendo efetuado.

§ 5º O pagamento da primeira parcela deverá ser efetuado no mês em que for protocolizado o pedido de parcelamento, vencendo-se as demais parcelas até o último dia útil de cada mês subsequente.

§ 6º A falta de pagamento de duas prestações implicará a rescisão do parcelamento e a exclusão da pessoa jurídica do Refis.

§ 7º Relativamente aos débitos parcelados na forma deste artigo não será exigida garantia ou arrolamento de bens, observado o disposto no § 3º do art. 3º da Lei nº 9.964, de 2000.

Art. 3º Na hipótese de opções formalizadas com base na Lei nº 10.002, de 14 de setembro de 2000, a pessoa jurídica optante deverá adotar, para fins de determinação da parcela mensal, nos seis primeiros meses do parcelamento, o dobro do percentual a que estiver sujeito, nos termos estabelecidos no inciso II do § 4º do art. 2º da Lei nº 9.964, de 2000.

§ 1º Na hipótese de opção pelo parcelamento alternativo ao Refis, a pessoa jurídica deverá pagar, nos primeiros seis meses, duas parcelas a cada mês.

§ 2º A formalização da opção referida no caput dar-se-á pela postagem do respectivo termo nas agências da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT ou, nas hipóteses estabelecidas pelo Poder Executivo, inclusive por intermédio do Comitê Gestor do Refis, nas unidades da Secretaria da Receita Federal, da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional e do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS.

Art. 4º Não se aplica o disposto no inciso V do art. 5º da Lei nº 9.964, de 2000, na hipótese de cisão da pessoa jurídica optante pelo Refis, desde que, cumulativamente:

I - o débito consolidado seja atribuído integralmente a uma única pessoa jurídica;

II - as pessoas jurídicas que absorverem o patrimônio vertido assumam, de forma expressa, irrevogável e irretroatável, entre si e, no caso de cisão parcial, com a própria cindida, a condição de responsáveis solidários pela totalidade do débito consolidado, independentemente da proporção do patrimônio vertido.

§ 1º O disposto no inciso V do art. 5º da Lei nº 9.964, de 2000, também não se aplica na hipótese de cisão de pessoa jurídica optante pelo parcelamento alternativo ao Refis.

§ 2º Na hipótese do caput deste artigo:

I - a pessoa jurídica a quem for atribuído o débito consolidado, independentemente da data da cisão, será considerada optante pelo Refis, observadas as demais normas e condições estabelecidas para o Programa;

II - a assunção da responsabilidade solidária estabelecida no inciso II do caput será comunicada ao Comitê Gestor;

III - as parcelas mensais serão determinadas com base no somatório das receitas brutas das pessoas jurídicas que absorveram patrimônio vertido e, no caso de cisão parcial, da própria cindida;

IV - as garantias apresentadas ou o arrolamento de bens serão mantidos integralmente.

Art. 5º Aplica-se às formas de parcelamento referidas nos arts. 12 e 13 da Lei nº 9.964, de 2000, o prazo de opção estabelecido pelo parágrafo único do art. 1º da Lei nº 10.002, de 2000.

§ 1º Poderão, também, ser parcelados, em até sessenta parcelas mensais e sucessivas, observadas as demais normas estabelecidas para o parcelamento a que se refere o art. 13 da Lei nº 9.964, de 2000, os débitos de natureza não tributária não inscritos em dívida ativa.

§ 2º O parcelamento de que trata o parágrafo anterior deverá ser requerido no prazo referido no caput, perante órgão encarregado da administração do respectivo débito.

§ 3º Na hipótese do § 3º do art. 13 da Lei nº 9.964, de 2000, o valor da verba de sucumbência será de até um por cento do valor do débito consolidado, incluído no Refis ou no parcelamento alternativo a que se refere o art. 12 da referida Lei, decorrente da desistência da respectiva ação judicial.

Art. 6º Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.061-2, de 30 de novembro de 2000.

Art. 7º Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação, aplicando-se, no que couber, às opções efetuadas até o último dia útil do mês de abril de 2000.

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

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO  
Pedro Malan  
Francisco Dornelles  
Benjamin Benzaquen Sicsú  
Waldeck Ornêlas

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.065-16, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

Dispõe sobre a Cédula de Crédito Bancário

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

### CAPÍTULO I DA CÉDULA DE CRÉDITO BANCÁRIO

Art. 1º A Cédula de Crédito Bancário é título de crédito emitido, por pessoa física ou jurídica, em favor de instituição financeira ou de entidade a esta equiparada, representando promessa de pagamento em dinheiro, decorrente de operação de crédito, de qualquer modalidade.

§ 1º A instituição credora deve integrar o Sistema Financeiro Nacional, sendo admitida a emissão da Cédula de Crédito Bancário em favor de instituição domiciliada no exterior, desde que a obrigação esteja sujeita exclusivamente à lei e ao foro brasileiros.

§ 2º A Cédula de Crédito Bancário em favor de instituição domiciliada no exterior poderá ser emitida em moeda estrangeira.

Art. 2º A Cédula de Crédito Bancário poderá ser emitida com ou sem garantia, real ou fidejussória, cedularmente constituída.

Parágrafo único. A garantia constituída será especificada na Cédula de Crédito Bancário, observadas as disposições do Capítulo desta Medida Provisória e, no que não forem com estas conflitantes, as da legislação comum ou especial aplicável.

Art. 3º A Cédula de Crédito Bancário é título executivo extrajudicial e representa dívida em dinheiro, certa, líquida e exigível seja pela soma nela indicada, seja pelo saldo devedor demonstrado em planilha de cálculo, ou nos extratos da conta-corrente, elaborados conforme previsto no § 2º.

§ 1º Na Cédula de Crédito Bancário poderão ser pactuados:

I - os juros sobre a dívida, capitalizados ou não, os critérios de sua incidência e, se for o caso, a periodicidade de sua capitalização, bem como as despesas e os demais encargos decorrentes da obrigação;

II - os critérios de atualização monetária, como permitido em lei, ou os critérios de atualização cambial da dívida, na forma do § 2º do art. 1º e nos demais casos permitidos em lei;

III - os casos de ocorrência de mora e de incidência de multas e penalidades contratuais, bem como as hipóteses de vencimento antecipado da dívida;

IV - os critérios de apuração e de ressarcimento, pelo emitente ou por terceiro garantidor, das despesas de cobrança da dívida, dos honorários advocatícios, judiciais ou extrajudiciais, sendo que os honorários advocatícios extrajudiciais não poderão superar o limite de dez por cento do valor total devido;

V - quando for o caso, a modalidade de garantia da dívida, sua extensão e as hipóteses de substituição de tal garantia;

VI - as obrigações a serem cumpridas pelo credor;

VII - a obrigação do credor de emitir extratos da conta-corrente ou planilhas de cálculo da dívida, ou de seu saldo devedor de acordo com os critérios estabelecidos na própria Cédula de Crédito Bancário, observado o disposto no § 2º; e

VIII - outras condições de concessão do crédito, suas garantias ou liquidação, obrigações adicionais do emitente ou do terceiro garantidor da obrigação, desde que não contrariem as disposições desta Medida Provisória.

§ 2º Sempre que necessário, a apuração do valor exato da obrigação, ou de seu saldo devedor, representado pela Cédula de Crédito Bancário, será feita pelo credor por meio de planilha de cálculo ou dos extratos da conta-corrente, ou de ambos, documentados que integrarão a Cédula, observado que:

I - os cálculos realizados deverão evidenciar de modo claro e preciso e de fácil entendimento e compreensão, o valor principal da dívida, seus encargos e despesas contratuais devidos, a parcela





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997

(apensos os Projetos de Lei nº 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, e 3.156/00)

Proíbe a veiculação de  
publicidade de produtos fumígenos  
em eventos desportivos.

**Autor:** Deputado CARLOS APOLINÁRIO

**Relator:** Deputado JUTAHY JUNIOR

### I – RELATÓRIO

A proposição em epígrafe objetiva restringir a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero, por entender insuficientes as normas legais existentes sobre a matéria.

Segundo o projeto de lei, a propaganda desses artigos derivados do tabaco *“somente será permitida na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação”*.



Em outras disposições, da proposição em foco são estabelecidas normas para evitar o consumo exagerado ou irresponsável do produto, devido à publicidade, a qual deverá conter sempre advertência sobre os malefícios do fumo.

Ao projeto de lei nº 3.310/97 foram apensados outros, a saber:

- Projeto de lei nº 3.381/97, da Deputada Dalila Figueiredo, que restringe a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero.

- Projeto de lei nº 3.990/97, do Deputado Enio Bacci, constante de dispositivo único proibindo *“toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.”*

- Projeto de lei nº 4.144/98, do Deputado Roberto Valladão, proibindo *“a propaganda comercial de cigarros e demais produtos fumígenos em derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens e nos meios de comunicação social concessionários do poder público.”*

- Projeto de lei nº 112/99, do Deputado José Antônio, vedando a publicidade no rádio e na televisão de produtos fumígenos e regulamenta a prática de “telemarketing”, e dá outras providências.

- Projeto de lei nº 844/99, do Deputado Oliveira Filho, estabelecendo limite de horário para a publicidade de produtos fumígenos.

- Projeto de lei nº 1.482, do Deputado Vivaldo Barbosa, vedando *“toda e qualquer publicidade de cigarros ou qualquer outra forma de tabagismo, direta ou indiretamente, em televisão, rádio, cinemas, cartazes (“outdoors”) ou qualquer outro veículo de publicidade”* bem como *“patrocínios de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias produtoras de cigarros”*, além de outras providências.

- Projeto de lei nº 1.600/99, do Deputado Luiz Bittencourt, dispõe sobre prospecto explicativo que deve acompanhar as embalagens de cigarros.





- Projeto de lei nº 1.979/99, do Deputado Roberto Pessoa, determinando que *“para cada propaganda de cigarros e/ou afins, a indústria tabagista responsável fica obrigada a veicular outra de igual tempo e dimensão alertando a população sobre os malefícios que o produto causa à saúde.”*

- Projeto de lei nº 2.344/00, do Deputado Bispo Rodrigues, acrescenta parágrafo ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

- Projeto de lei nº 2.635/00, do Deputado Luiz Bittencourt, proibindo *“promoção, propaganda ou publicidade de tabaco, em qualquer de suas formas, e em todos os meios de comunicação”* e, também, *“o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de tabaco em qualquer de suas formas.”*

- Projeto de lei nº 2.734/00, do Deputado Marcos Afonso, altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, alterando o “caput” e o § 4º do art. 3º da referida lei.

- Projeto de lei nº 2.956/00, do Deputado Antônio José Mota, modificando a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagem de advertência em produtos que utilizem o logotipo, logomarca ou slogan relativo a produtos fumígenos.

- Projeto de lei nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, restringe a publicidade de cigarro e outros produtos derivados do tabaco.

O Ministério da Saúde, nessa proposição, destaca em exposição de motivos, *“um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas e de tabaco e seus derivados, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada”*. E acrescenta:

*“Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, com ênfase para as restrições às formas indutoras do consumo de tabaco e de bebidas. Nesse sentido, as medidas*





*preconizadas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, revelaram-se insuficientes para inibir adequadamente tal consumo. Impõe-se, por conseguinte, a revisão dessa Lei, no intuito de levá-la à sua vocação natural de servir aos propósitos de uma significativa queda dos índices de consumo dessas substâncias, melhorando o perfil de saúde da população e reduzindo os custos do SUS.*

*As alterações propostas vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação desses produtos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular propaganda de produtos fumígenos, seja pela imposição de penalidades com maior poder de intimidação.*

*Apesar das advertências nas programações das emissoras de televisão, impróprias para certa faixa etária, forçoso é reconhecer que elas, ainda assim, são assistidas por menores de idade, justamente o público-alvo da propaganda de bebidas e de tabaco. Assim, a proibição de sua veiculação nessas emissoras virá eliminar o seu poder de indução, especialmente em relação aos jovens, ainda em processo de formação.*

*Em reforço a essas medidas, cumpre estabelecer penalidades mais severas para que a Lei venha a ter o necessário poder de coerção, de modo a produzir os efeitos esperados e que justificaram a necessidade de sua elaboração, sem os quais não teria sentido algum.*

*De capital importância para o êxito de tais medidas é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, sem dúvida, uma lamentável lacuna na Lei nº 9.294, de 1996, responsável pela impunidade verificada, posto que a validade dos atos administrativos pressupõe agente capaz para praticá-los."*

*A proposição altera, inicialmente, o art. 3º e seus §§ 3º e 5º daquela Lei, para limitar a pôsteres, painéis e cartazes internos, a propaganda dos produtos em foco, ficando em consequência vedada qualquer divulgação do gênero nas emissoras de rádio e televisão. Outrossim, advertências sobre os malefícios do fumo serão consignadas nas mesmas peças publicitárias, seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.*





Em outros dispositivos, são proibidas a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde de produtos de tabaco pelo correio, visitas promocionais ou distribuição gratuita da mesma mercadoria em estabelecimentos, locais e ambientes públicos; e o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias do ramo, incluindo publicidade estática ou em veículos de competição.

Os infratores, quando se tratar de fabricante do produto, periódico, empresas de aviação ou transporte coletivo, agência de publicidade e emissora de rádio ou televisão, ficam sujeitos à multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Nos demais casos, a multa será de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

Quando a infração for praticada por meio de rádio ou televisão, a respectiva emissora sofrerá suspensão em sua programação por até 30 (trinta) dias.

A proposição, em outros dispositivos, estabelece quem pode ser considerado infrator, para os efeitos da lei, bem como as autoridades competentes para aplicar as penalidades previstas.

Por fim, capitula como crime “*vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos*”. O delito é punível com pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público de seis meses a três anos. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena da suspensão da atividade comercial, por período não superior a seis meses.

Ao Projeto de Lei n.º 3.156/00, do Poder Executivo, apenso, foram apresentadas as seguintes emendas:

Emenda n.º 1 – Do Deputado Valdemar Costa Neto e outros – altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294/96 para considerar bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Emenda n.º 2 – Do Deputado Francisco Coelho e outros – altera o art. 3º da Lei 9.294/96 para prever a propaganda no rádio e TV no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.





Emenda n.º 3 – do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – altera o art. 3º, para permitir a propaganda restrita à veiculação da marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 4 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – acrescentando um art. 3º A à Lei 9.294/96 – para permitir a propaganda, a promoção e comercialização dos produtos de tabaco pelo correio.

Emenda n.º 5 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, acrescentando um art. 3 B para permitir a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos desde que de finalidades comerciais.

Emenda n.º 6 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o § 3º - e permitir a propaganda nas embalagens dos produtos sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 7 – Do Deputado Odelmo Leão e outros para alterar o “caput” e o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda no rádio e TV entre 23:00 e 06:00, distante, no mínimo, 400 metros de escolas e em publicações dirigidas ao leitor adulto.

Emenda n.º 8 – Do Deputado Mendes Ribeiro Filho, para alterar o art. 5º e ressaltar os eventos relacionados a competições internacionais.

Emenda n.º 9 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o art. 5º e parágrafos para permitir a propaganda em qualquer horário desde que identificadas apenas com a marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 10 - Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá – alterando o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda nas embalagens dos produtos, na TV, jornais e revistas restrita à marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.





Emenda n.º 11 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o inciso V do art. 9º- A para estabelecer novos valores de multas aplicadas aos infratores.

Emenda n.º 12 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o inciso VI do art. 9º A para suspender a programação das emissoras de rádio e TV por tempo igual ao de duração da propaganda e no mesmo horário e dia em que foi veiculada.

Emenda n.º 13 – Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o parágrafo único do art. 9º para admitir a suspensão das atividades de propaganda por período não superior a 6 (seis) meses.

Emenda n.º 14 - Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o § 3º do art. 9º para definir quem são os infratores da Lei 9.294/96.

Cabe a esta Comissão analisar as proposições quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

Hoje em dia é pacífica a constatação de ser o cigarro um grande mal. A questão agora é saber até que ponto a propaganda do produto pode ser veiculada sem agravar a devastação provocada pelo vício do fumo.

Os projetos de lei pretendem, a propósito, estabelecer uma formulação adequada para esse grave problema.

Segundo amplamente noticiado, alegam as agências de publicidade ser a iniciativa uma “*ameaça à liberdade de expressão comercial*”.





A assertiva, no entanto, não é procedente. Com efeito, o art. 220 da Constituição Federal consagra a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, sem “qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”. Como se nota, não se trata, no caso, de liberdade total, absoluta, sem peias, mas de princípio sujeito às prescrições e limitações da própria Carta Magna.

O dispositivo em questão, acima referido, é bastante claro em seu inciso II do parágrafo 3º e no parágrafo 4º:

“ Art. 220.....

.....

3º Compete à lei federal:

.....

*II – estabelecer os meios legais que garantem 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.”*

Não há liberdade sem responsabilidade. A liberdade de propagandear determinado artigo pode ser restringida por questões de saúde, principalmente quando diz respeito a um produto que mata metade de seus usuários. Vinte e sete países proibiram totalmente a publicidade do tabaco, sem estar por isto atentando contra a liberdade de expressão, entre eles, cinco da Comunidade





Econômica Européia: Itália (1962), Finlândia (1976), Portugal (1982), França (1991), Bélgica (1997), e o Canadá, entre outros.

O fumo causa dependência e morte, não podendo ser a liberdade de expressão comercial maior do que a liberdade individual de garantia da saúde e qualidade de vida.

Na verdade, poucos projetos de lei têm a seu favor tantas disposições constitucionais, como este, a começar pela competência da União para legislar sobre a propaganda comercial (CF, art. 22, XXIX) e para, concorrentemente com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cuidar da saúde e da assistência pública, (CF, art. 23, II), proteger o meio ambiente e combater a poluição (CF, art. 23, VI), e legislar sobre proteção e defesa da saúde (CF, art. 24, XII).

Por sua vez, a ordem social, - como destaca o art. 193 da Lei Maior – não obstante estar baseada no “*primado do trabalho*”, tem como objetivo “*o bem-estar e a justiça sociais*”.

Um pouco adiante, ressalta o art. 196:

*“Art. 196 A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para a sua promoção, proteção e recuperação.”*

Em outros dispositivos, prescreve a Carta Magna:

*“Art. 200. Ao sistema único de saúde compete, além de outras atribuições, nos termos da lei:*

*I – controlar e fiscalizar procedimentos, produtos e substâncias de interesse para a saúde e participar da produção de medicamentos, equipamentos, imunobiológicos, hemoderivados e outros insumos;*





*II – executar as ações de vigilância sanitária e epidemiológica, bem como as de saúde do trabalhador;*

.....

*VII – participar do controle e fiscalização da produção, transporte, guarda e utilização de substâncias e produtos psicoativos, tóxicos e radioativos;*

*VIII – colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho.”*

Tendo em conta os princípios vinculados a esses dispositivos, estão sendo desenvolvidos importantes programas no sentido de reduzir o consumo de produtos de tabaco, coerentes com a proposta social de melhoria da saúde da população.

Tais preocupações não são apenas do Brasil, mas universais, envolvendo governos, indústrias, comércio e consumidores.

A gravidade da situação levou até grandes fabricantes de cigarros a admitir, pela primeira vez, que o vício do fumo causa uma série de “*graves doenças*”, como o câncer, o enfisema e males cardíacos. Tentando mudar a imagem – bem como resguardar-se de acusações baseadas em publicidade enganosa – uma das indústrias do ramo afirmou não existir “*nenhum cigarro seguro*” e que “*fumar cigarros causa vício, segundo a concepção mais comum do termo atualmente*”. (AP, Nova York, 26/11/99).

Pela sua amplitude, a questão não é, como pode parecer à primeira vista, de caráter difuso e genérico, mas pertinente a qualquer cidadão responsável, quanto à necessidade de defesa contra a intrusão da publicidade de cigarros no próprio lar. Ademais, a propaganda de produtos de tabaco é voltada essencialmente para os jovens, induzindo-os à experimentação e ao consumo habitual.





O capítulo da Carta Magna referente à **Comunicação Social** contém a propósito o preceito indicativo da competência da lei federal, para “*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 artigo 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.*” (CF, art. 220, inciso II)

O fumo é um dos maiores flagelos de nosso tempo, ceifando, diariamente, milhares de vidas humanas. Os ambulatórios e os leitos dos hospitais são cada vez mais insuficientes para receber uma crescente clientela de tabagistas, portadores de um sem número de doenças provocadas pelo cigarro e outros produtos do gênero. E enquanto os países perdem cidadãos válidos e mão-de-obra necessária ao seu desenvolvimento, o erário das nações é consumido, improdutivamente, na assistência àqueles dependentes e no combate às mazelas do fumo.

Com a intenção de também proteger o meio ambiente, já aludido naquele acima citado artigo 220, inciso II, da Constituição, o legislador inseriu na Carta Magna a prescrição do inciso V do § 1º do art. 225, *verbis*:

“Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:

.....  
V – controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente.”





Todas essas disposições constituem, como se verifica, um firme suporte da constitucionalidade dos projetos de lei sob exame, cabendo, apenas, pequenos reparos quanto à juridicidade e técnica legislativa.

Dentre os projetos de lei analisados – fundamentados nos princípios mais sagrados de proteção à pessoa humana – destaca-se, pela sua abrangência, o de nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, melhor ajustado à Lei Complementar nº 95/98, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona.

Não obstante tratar aquelas proposições sobre a proibição de publicidade de cigarro e demais produtos derivados do tabaco, a Lei Complementar nº 95/98 impede a repetição de disposições já previstas em legislação especial regulamentadora da matéria. No caso em foco, alguns dos projetos examinados não optaram por alterar a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígenos, preferindo constituir proposição autônoma.

Por esses motivos, foi considerado salutar, conveniente e oportuno apresentar um substitutivo global à proposição do Poder Executivo que contempla todos os projetos de lei examinados, para aperfeiçoar a técnica legislativa e sanar as seguintes injuridicidades:

**a) SUPRESSÃO DO ART. 3º DA PROPOSTA E ALTERAÇÃO DO INCISO VI DO § 1º DO ART. 3º DA LEI:**

O Último artigo da proposta revoga o inciso VI do § 1º do art. 3º da Lei 9.294/96 e diz o seguinte: “*VI – não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a elas dirigir-se.*” A revogação era por conta de se estar proibindo a publicidade de cigarro no rádio e TV. Ocorre, que a publicidade ainda permanecerá através de pôsteres, painéis e cartazes, não havendo razão para se revogar o princípio da não participação de crianças ou adolescentes neste tipo de propaganda. Por essa razão suprimimos o artigo revocatório, e





mantivemos o inciso VI apenas retirando a expressão “*radiodifusão de sons ou de sons e imagens*”.

Para que o projeto fique mais conciso e a redação mais clara, transformamos todas as proibições do art. 3º A, em alíneas, para facilitar a compreensão e evitar a excessiva repetição de palavras no texto da lei.

**b) MODIFICAÇÃO DO ART. 9º E INCISOS V E VI PARA DEFINIR COM CLAREZA A APLICAÇÃO DAS PENALIDADES**

Todos os infratores estão sujeitos a pena de multa, mínima e máxima, devendo variar apenas o valor de acordo com a condição econômica de cada um.

No mesmo dispositivo não está claro como se dará a suspensão das emissoras de rádio e TV. A punição tem que ser clara e efetiva sob pena de esvaziamento da norma. Sugerimos que para cada infração de um minuto, uma suspensão de 10 minutos no mesmo horário de veiculação da propaganda. A clareza evitará dúvidas na hora da autuação e cumprimento da notificação.

**c) DEFINIÇÃO DOS INFRATORES DANDO NOVA REDAÇÃO AO § 3º DO ART. 9º**

A tentativa de se identificar nominalmente os infratores da lei possibilita o risco de não se abranger todos como deseja o legislador. O ideal é considerar infrator qualquer pessoa que direta ou indiretamente seja responsável pela peça publicitária ou pelo veículo de comunicação. Evita-se, assim, que uma pessoa qualquer vestindo uma camiseta com propaganda de marca de cigarro possa ser um infrator, quando na realidade o infrator é quem confeccionou a camiseta.

**d) SUPRESSÃO DO DISPOSITIVO QUE PROÍBE A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS**

Trata-se de norma super abundante, pois o Estatuto da Criança e do Adolescente já tipifica a conduta como crime, não havendo razão para incluir nesta lei, cujas penalidades são de ordem administrativa.





Para que o projeto fique mais conciso e a redação mais clara, transformamos todas as proibições do art. 3ºA, em alíneas, para facilitar a compreensão e evitar a excessiva repetição de palavras no texto da lei.

As emendas apresentadas ao PL nº 3.156/00 pretendem flexibilizar a restrição proposta para a publicidade de cigarros e produtos derivados do tabaco, colidindo com a essência do projeto, razão pela qual não puderam ser acolhidas.

VOTO, em consequência, pela rejeição das emendas ao PL nº 3.156/00 e pela constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa dos Projetos de Lei nº 3.310/97, 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, 3.156/00 e, no mérito, pela aprovação do PL nº 3.156/00 e rejeição dos demais, nos termos do Substitutivo a seguir apresentado.

Sala da Comissão, 13 de junho de 2000

  
Deputado JUTAHY JUNIOR

**Relator**





**COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE  
REDAÇÃO**

**SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.156/00**

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 CONGRESSO NACIONAL** decreta:

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

“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.

§ 1º .....

VI – Não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

.....



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

§ 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.

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

- a) a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde, pelo correio;
- b) a realização de visita promocional ou distribuição gratuita, em estabelecimento de ensino ou local público;
- c) o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
- d) a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista ou local similar.

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:

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;

VI – suspensão de programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto 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.

*J*



§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidades previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto as penalidades aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

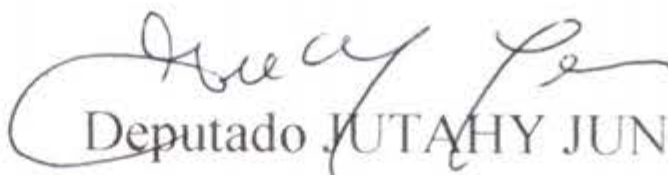
II – do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

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

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

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 13 de junho de 2000.

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997

(apensos os Projetos de Lei nº 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00, e 3.156/00)

Proíbe a veiculação de  
publicidade de produtos fumígenos  
em eventos desportivos.

**Autor:** Deputado CARLOS APOLINÁRIO

**Relator:** Deputado JUTAHY JUNIOR

### I – RELATÓRIO

A proposição em epígrafe objetiva restringir a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero, por entender insuficientes as normas legais existentes sobre a matéria.

Segundo o projeto de lei, a propaganda desses artigos derivados do tabaco *“somente será permitida na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação”*.

*Y*



Em outras disposições, da proposição em foco são estabelecidas normas para evitar o consumo exagerado ou irresponsável do produto, devido à publicidade, a qual deverá conter sempre advertência sobre os malefícios do fumo.

Ao projeto de lei nº 3.310/97 foram apensados outros, a saber:

- Projeto de lei nº 3.381/97, da Deputada Dalila Figueiredo, que restringe a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero.

- Projeto de lei nº 3.990/97, do Deputado Enio Bacci, constante de dispositivo único proibindo *“toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.”*

- Projeto de lei nº 4.144/98, do Deputado Roberto Valladão, proibindo *“a propaganda comercial de cigarros e demais produtos fumígenos em derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens e nos meios de comunicação social concessionários do poder público.”*

- Projeto de lei nº 112/99, do Deputado José Antônio, vedando a publicidade no rádio e na televisão de produtos fumígenos e regulamenta a prática de *“telemarketing”*, e dá outras providências.

- Projeto de lei nº 844/99, do Deputado Oliveira Filho, estabelecendo limite de horário para a publicidade de produtos fumígenos.

- Projeto de lei nº 1.482, do Deputado Vivaldo Barbosa, vedando *“toda e qualquer publicidade de cigarros ou qualquer outra forma de tabagismo, direta ou indiretamente, em televisão, rádio, cinemas, cartazes (“outdoors”) ou qualquer outro veículo de publicidade”* bem como *“patrocínios de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias produtoras de cigarros”*, além de outras providências.

- Projeto de lei nº 1.600/99, do Deputado Luiz Bittencourt, dispõe sobre prospecto explicativo que deve acompanhar as embalagens de cigarros.



- Projeto de lei nº 1.979/99, do Deputado Roberto Pessoa, determinando que *“para cada propaganda de cigarros e ou afins, a indústria tabagista responsável fica obrigada a veicular outra de igual tempo e dimensão alertando a população sobre os malefícios que o produto causa à saúde.”*

- Projeto de lei nº 2.344/00, do Deputado Bispo Rodrigues, acrescenta parágrafo ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

- Projeto de lei nº 2.635/00, do Deputado Luiz Bittencourt, proibindo *“promoção, propaganda ou publicidade de tabaco, em qualquer de suas formas, e em todos os meios de comunicação”* e, também, *“o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de tabaco em qualquer de suas formas.”*

- Projeto de lei nº 2.734/00, do Deputado Marcos Afonso, altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, alterando o “caput” e o § 4º do art. 3º da referida lei.

- Projeto de lei nº 2.956/00, do Deputado Antônio José Mota, modificando a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagem de advertência em produtos que utilizem o logotipo, logomarca ou slogan relativo a produtos fumígenos.

- Projeto de lei nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, restringe a publicidade de cigarro e outros produtos derivados do tabaco.

O Ministério da Saúde, nessa proposição, destaca em exposição de motivos, *“um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas e de tabaco e seus derivados, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada”*. E acrescenta:

*“Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, com ênfase para as restrições às formas indutoras do consumo de tabaco e de bebidas. Nesse sentido, as medidas*



*preconizadas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, revelaram-se insuficientes para inibir adequadamente tal consumo. Impõe-se, por conseguinte, a revisão dessa Lei, no intuito de levá-la à sua vocação natural de servir aos propósitos de uma significativa queda dos índices de consumo dessas substâncias, melhorando o perfil de saúde da população e reduzindo os custos do SUS.*

*As alterações propostas vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação desses produtos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular propaganda de produtos fumígenos, seja pela imposição de penalidades com maior poder de intimidação.*

*Apesar das advertências nas programações das emissoras de televisão, impróprias para certa faixa etária, forçoso é reconhecer que elas, ainda assim, são assistidas por menores de idade, justamente o público-alvo da propaganda de bebidas e de tabaco. Assim, a proibição de sua veiculação nessas emissoras virá eliminar o seu poder de indução, especialmente em relação aos jovens, ainda em processo de formação.*

*Em reforço a essas medidas, cumpre estabelecer penalidades mais severas para que a Lei venha a ter o necessário poder de coerção, de modo a produzir os efeitos esperados e que justificaram a necessidade de sua elaboração, sem os quais não teria sentido algum.*

*De capital importância para o êxito de tais medidas é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, sem dúvida, uma lamentável lacuna na Lei nº 9.294, de 1996, responsável pela impunidade verificada, posto que a validade dos atos administrativos pressupõe agente capaz para praticá-los."*

*A proposição altera, inicialmente, o art. 3º e seus §§ 3º e 5º daquela Lei, para limitar a pôsteres, painéis e cartazes internos, a propaganda dos produtos em foco, ficando em consequência vedada qualquer divulgação do gênero nas emissoras de rádio e televisão. Outrossim, advertências sobre os malefícios do fumo serão consignadas nas mesmas peças publicitárias, seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.*





Em outros dispositivos, são proibidas a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde de produtos de tabaco pelo correio, visitas promocionais ou distribuição gratuita da mesma mercadoria em estabelecimentos, locais e ambientes públicos; e o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias do ramo, incluindo publicidade estática ou em veículos de competição.

Os infratores, quando se tratar de fabricante do produto, periódico, empresas de aviação ou transporte coletivo, agência de publicidade e emissora de rádio ou televisão, ficam sujeitos à multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Nos demais casos, a multa será de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

Quando a infração for praticada por meio de rádio ou televisão, a respectiva emissora sofrerá suspensão em sua programação por até 30 (trinta) dias.

A proposição, em outros dispositivos, estabelece quem pode ser considerado infrator, para os efeitos da lei, bem como as autoridades competentes para aplicar as penalidades previstas.

Por fim, capitula como crime “*vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos*”. O delito é punível com pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público de seis meses a três anos. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena da suspensão da atividade comercial, por período não superior a seis meses.

Ao Projeto de Lei n.º 3.156/00, do Poder Executivo, apenso, foram apresentadas as seguintes emendas:

Emenda n.º 1 – Do Deputado Valdemar Costa Neto e outros – altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294/96 para considerar bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Emenda n.º 2 – Do Deputado Francisco Coelho e outros – altera o art. 3º da Lei 9.294/96 para prever a propaganda no rádio e TV no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.





Emenda n.º 3 – do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – altera o art. 3º, para permitir a propaganda restrita à veiculação da marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 4 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – acrescentando um art. 3º A à Lei 9.294/96 – para permitir a propaganda, a promoção e comercialização dos produtos de tabaco pelo correio.

Emenda n.º 5 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, acrescentando um art. 3 B para permitir a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos desde que de finalidades comerciais.

Emenda n.º 6 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o § 3º - e permitir a propaganda nas embalagens dos produtos sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 7 – Do Deputado Odelmo Leão e outros para alterar o “caput” e o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda no rádio e TV entre 23:00 e 06:00, distante, no mínimo, 400 metros de escolas e em publicações dirigidas ao leitor adulto.

Emenda n.º 8 – Do Deputado Mendes Ribeiro Filho, para alterar o art. 5º e ressaltar os eventos relacionados a competições internacionais.

Emenda n.º 9 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o art. 5º e parágrafos para permitir a propaganda em qualquer horário desde que identificadas apenas com a marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 10 - Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá – alterando o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda nas embalagens dos produtos, na TV, jornais e revistas restrita à marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.





Emenda n.º 11 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o inciso V do art. 9º- A para estabelecer novos valores de multas aplicadas aos infratores.

Emenda n.º 12 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o inciso VI do art. 9º A para suspender a programação das emissoras de rádio e TV por tempo igual ao de duração da propaganda e no mesmo horário e dia em que foi veiculada.

Emenda n.º 13 – Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o parágrafo único do art. 9º para admitir a suspensão das atividades de propaganda por período não superior a 6 (seis) meses.

Emenda n.º 14 - Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o § 3º do art. 9º para definir quem são os infratores da Lei 9.294/96.

Cabe a esta Comissão analisar as proposições quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

Hoje em dia é pacífica a constatação de ser o cigarro um grande mal. A questão agora é saber até que ponto a propaganda do produto pode ser veiculada sem agravar a devastação provocada pelo vício do fumo.

Os projetos de lei pretendem, a propósito, estabelecer uma formulação adequada para esse grave problema.

Segundo amplamente noticiado, alegam as agências de publicidade ser a iniciativa uma “*ameaça à liberdade de expressão comercial*”.





A assertiva, no entanto, não é procedente. Com efeito, o art. 220 da Constituição Federal consagra a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, sem “*qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição*”. Como se nota, não se trata, no caso, de liberdade total, absoluta, sem peias, mas de princípio sujeito às prescrições e limitações da própria Carta Magna.

O dispositivo em questão, acima referido, é bastante claro em seu inciso II do parágrafo 3º e no parágrafo 4º:

“ Art. 220.....

.....  
3º Compete à lei federal:

.....

*II – estabelecer os meios legais que garantem 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.”*

Não há liberdade sem responsabilidade. A liberdade de propagandear determinado artigo pode ser restringida por questões de saúde, principalmente quando diz respeito a um produto que mata metade de seus usuários. Vinte e sete países proibiram totalmente a publicidade do tabaco, sem estar por isto atentando contra a liberdade de expressão, entre eles, cinco da Comunidade



Econômica Européia: Itália (1962), Finlândia (1976), Portugal (1982), França (1991), Bélgica (1997), e o Canadá, entre outros.

O fumo causa dependência e morte, não podendo ser a liberdade de expressão comercial maior do que a liberdade individual de garantia da saúde e qualidade de vida.

Na verdade, poucos projetos de lei têm a seu favor tantas disposições constitucionais, como este, a começar pela competência da União para legislar sobre a propaganda comercial (CF, art. 22, XXIX) e para, concorrentemente com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cuidar da saúde e da assistência pública, (CF, art. 23, II), proteger o meio ambiente e combater a poluição (CF, art. 23, VI), e legislar sobre proteção e defesa da saúde (CF, art. 24, XII).

Por sua vez, a ordem social, - como destaca o art. 193 da Lei Maior – não obstante estar baseada no “*primado do trabalho*”, tem como objetivo “*o bem-estar e a justiça sociais*”.

Um pouco adiante, ressalta o art. 196:

*“Art. 196 A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para a sua promoção, proteção e recuperação.”*

Em outros dispositivos, prescreve a Carta Magna:

*“Art. 200. Ao sistema único de saúde compete, além de outras atribuições, nos termos da lei:*

*I – controlar e fiscalizar procedimentos, produtos e substâncias de interesse para a saúde e participar da produção de medicamentos, equipamentos, imunobiológicos, hemoderivados e outros insumos;*





*II – executar as ações de vigilância sanitária e epidemiológica, bem como as de saúde do trabalhador;*

.....

*VII – participar do controle e fiscalização da produção, transporte, guarda e utilização de substâncias e produtos psicoativos, tóxicos e radioativos;*

*VIII – colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho.”*

Tendo em conta os princípios vinculados a esses dispositivos, estão sendo desenvolvidos importantes programas no sentido de reduzir o consumo de produtos de tabaco, coerentes com a proposta social de melhoria da saúde da população.

Tais preocupações não são apenas do Brasil, mas universais, envolvendo governos, indústrias, comércio e consumidores.

A gravidade da situação levou até grandes fabricantes de cigarros a admitir, pela primeira vez, que o vício do fumo causa uma série de “*graves doenças*”, como o câncer, o enfisema e males cardíacos. Tentando mudar a imagem – bem como resguardar-se de acusações baseadas em publicidade enganosa – uma das indústrias do ramo afirmou não existir “*nenhum cigarro seguro*” e que “*fumar cigarros causa vício, segundo a concepção mais comum do termo atualmente*”. (AP, Nova York, 26/11/99).

Pela sua amplitude, a questão não é, como pode parecer à primeira vista, de caráter difuso e genérico, mas pertinente a qualquer cidadão responsável, quanto à necessidade de defesa contra a intrusão da publicidade de cigarros no próprio lar. Ademais, a propaganda de produtos de tabaco é voltada essencialmente para os jovens, induzindo-os à experimentação e ao consumo habitual.





O capítulo da Carta Magna referente à **Comunicação Social** contém a propósito o preceito indicativo da competência da lei federal, para “*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 artigo 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.*” (CF, art. 220, inciso II)

O fumo é um dos maiores flagelos de nosso tempo, ceifando, diariamente, milhares de vidas humanas. Os ambulatórios e os leitos dos hospitais são cada vez mais insuficientes para receber uma crescente clientela de tabagistas, portadores de um sem número de doenças provocadas pelo cigarro e outros produtos do gênero. E enquanto os países perdem cidadãos válidos e mão-de-obra necessária ao seu desenvolvimento, o erário das nações é consumido, improdutivamente, na assistência àqueles dependentes e no combate às mazelas do fumo.

Com a intenção de também proteger o meio ambiente, já aludido naquele acima citado artigo 220, inciso II, da Constituição, o legislador inseriu na Carta Magna a prescrição do inciso V do § 1º do art. 225, *verbis*:

“Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:

.....  
V – controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente.”





Todas essas disposições constituem, como se verifica, um firme suporte da constitucionalidade dos projetos de lei sob exame, cabendo, apenas, pequenos reparos quanto à juridicidade e técnica legislativa.

Dentre os projetos de lei analisados – fundamentados nos princípios mais sagrados de proteção à pessoa humana – destaca-se, pela sua abrangência, o de nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, melhor ajustado à Lei Complementar nº 95/98, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona.

Não obstante tratar aquelas proposições sobre a proibição de publicidade de cigarro e demais produtos derivados do tabaco, a Lei Complementar nº 95/98 impede a repetição de disposições já previstas em legislação especial regulamentadora da matéria. No caso em foco, alguns dos projetos examinados não optaram por alterar a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígenos, preferindo constituir proposição autônoma.

Por esses motivos, foi considerado salutar, conveniente e oportuno apresentar um substitutivo global à proposição do Poder Executivo que contempla todos os projetos de lei examinados, para aperfeiçoar a técnica legislativa e sanar as seguintes injuridicidades:

**a) SUPRESSÃO DO ART. 3º DA PROPOSTA E ALTERAÇÃO DO INCISO VI DO § 1º DO ART. 3º DA LEI:**

O Último artigo da proposta revoga o inciso VI do § 1º do art. 3º da Lei 9.294/96 e diz o seguinte: “*VI – não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a elas dirigir-se.*” A revogação era por conta de se estar proibindo a publicidade de cigarro no rádio e TV. Ocorre, que a publicidade ainda permanecerá através de pôsteres, painéis e cartazes, não havendo razão para se revogar o princípio da não participação de crianças ou adolescentes neste tipo de propaganda. Por essa razão suprimimos o artigo revocatório, e





mantivemos o inciso VI apenas retirando a expressão “*radiodifusão de sons ou de sons e imagens*”.

Para que o projeto fique mais conciso e a redação mais clara, transformamos todas as proibições do art. 3º A, em alíneas, para facilitar a compreensão e evitar a excessiva repetição de palavras no texto da lei.

**b) MODIFICAÇÃO DO ART. 9º E INCISOS V E VI PARA DEFINIR COM CLAREZA A APLICAÇÃO DAS PENALIDADES**

Todos os infratores estão sujeitos a pena de multa, mínima e máxima, devendo variar apenas o valor de acordo com a condição econômica de cada um.

No mesmo dispositivo não está claro como se dará a suspensão das emissoras de rádio e TV. A punição tem que ser clara e efetiva sob pena de esvaziamento da norma. Sugerimos que para cada infração de um minuto, uma suspensão de 10 minutos no mesmo horário de veiculação da propaganda. A clareza evitará dúvidas na hora da autuação e cumprimento da notificação.

**c) DEFINIÇÃO DOS INFRATORES DANDO NOVA REDAÇÃO AO § 3º DO ART. 9º**

A tentativa de se identificar nominalmente os infratores da lei possibilita o risco de não se abranger todos como deseja o legislador. O ideal é considerar infrator qualquer pessoa que direta ou indiretamente seja responsável pela peça publicitária ou pelo veículo de comunicação. Evita-se, assim, que uma pessoa qualquer vestindo uma camiseta com propaganda de marca de cigarro possa ser um infrator, quando na realidade o infrator é quem confeccionou a camiseta.

**d) SUPRESSÃO DO DISPOSITIVO QUE PROÍBE A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS**

Trata-se de norma super abundante, pois o Estatuto da Criança e do Adolescente já tipifica a conduta como crime, não havendo razão para incluir nesta lei, cujas penalidades são de ordem administrativa.











CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

### SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.156/00

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 CONGRESSO NACIONAL** decreta:

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

“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.

§ 1º .....

VI – Não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

.....







§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidades previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto as penalidades aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

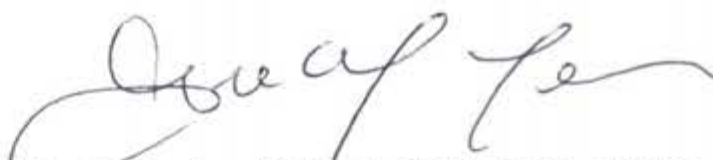
II – do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

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

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

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 13 de Junho de 2000.

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**





**COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE  
REDAÇÃO**

**SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.156/00**

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 CONGRESSO NACIONAL decreta:**

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

“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.

§ 1º .....

VI – Não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

.....





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 3.381, DE 1997

(apensos os Projetos de Lei nº 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00)

Proíbe a veiculação de  
publicidade de produtos fumígenos  
em eventos desportivos.

**Autor:** Deputada DALILA FIGUEIREDO

**Relator:** Deputado JUTAHY JÚNIOR

### I – RELATÓRIO

A proposição em epígrafe objetiva restringir a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero, por entender insuficientes as normas legais existentes sobre a matéria.

A proibição desses artigos derivados do tabaco refere-se a “*estádios, autódromos e quaisquer outros locais destinados à realização de competições ou eventos desportivos*”, vedada a colocação de painéis, cartazes, outdoors ou qualquer outra propaganda estática.





Trajes esportivos e acessórios de veículos de competição para difundir a propaganda dos produtos também são atingidos pela proibição.

Ao projeto de lei nº 3.381/97 foram apensados seis outros, a saber:

- Projeto de lei nº 3.990/97, do Deputado Enio Bacci, constante de dispositivo único proibindo *“toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.”*

- Projeto de lei nº 4.144/98, do Deputado Roberto Valladão, proibindo *“a propaganda comercial de cigarros e demais produtos fumígenos em derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens e nos meios de comunicação social concessionários do poder público.”*

- Projeto de lei nº 1.482, do Deputado Vivaldo Barbosa, vedando *“toda e qualquer publicidade de cigarros ou qualquer outra forma de tabagismo, direta ou indiretamente, em televisão, rádio, cinemas, cartazes (“outdoors”) ou qualquer outro veículo de publicidade”* bem como *“patrocínios de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias produtoras de cigarros”*, além de outras providências.

- Projeto de lei nº 1.976/99, do Deputado Roberto Pessoa, determinando que *“para cada propaganda de cigarros e/ou afins, a indústria tabagista responsável fica obrigada a veicular outra de igual tempo e dimensão alertando a população sobre os malefícios que o produto causa à saúde.”*

- Projeto de lei nº 2.635/00, do Deputado Luiz Bittencourt, proibindo *“promoção, propaganda ou publicidade de tabaco, em qualquer de suas formas, e em todos os meios de comunicação”* e, também, *“o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de tabaco em qualquer de suas formas.”*

- Projeto de lei nº 3.156/00, do Poder Executivo.





O Ministério da Saúde, nessa proposição, destaca em exposição de motivos, *“um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas e de tabaco e seus derivados, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada”*. E acrescenta:

*“Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, com ênfase para as restrições às formas indutoras do consumo de tabaco e de bebidas. Nesse sentido, as medidas preconizadas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, revelaram-se insuficientes para inibir adequadamente tal consumo. Impõe-se, por conseguinte, a revisão dessa Lei, no intuito de levá-la à sua vocação natural de servir aos propósitos de uma significativa queda dos índices de consumo dessas substâncias, melhorando o perfil de saúde da população e reduzindo os custos do SUS.*

*As alterações propostas vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação desses produtos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular propaganda de produtos fumígenos, seja pela imposição de penalidades com maior poder de intimidação.*

*Apesar das advertências nas programações das emissoras de televisão, impróprias para certa faixa etária, forçoso é reconhecer que elas, ainda assim, são assistidas por menores de idade, justamente o público-alvo da propaganda de bebidas e de tabaco. Assim, a proibição de sua veiculação nessas emissoras virá eliminar o seu poder de indução, especialmente em relação aos jovens, ainda em processo de formação.*

*Em reforço a essas medidas, cumpre estabelecer penalidades mais severas para que a Lei venha a ter o necessário poder de coerção, de modo a produzir os efeitos esperados e que justificaram a necessidade de sua elaboração, sem os quais não teria sentido algum.*





*De capital importância para o êxito de tais medidas é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, sem dúvida, uma lamentável lacuna na Lei nº 9.294, de 1996, responsável pela impunidade verificada, posto que a validade dos atos administrativos pressupõe agente capaz para praticá-los."*

A proposição altera, inicialmente, o art. 3º e seus §§ 3º e 5º daquela Lei, para limitar a pôsteres, painéis e cartazes internos, a propaganda dos produtos em foco, ficando em consequência vedada qualquer divulgação do gênero nas emissoras de rádio e televisão. Outrossim, advertências sobre os malefícios do fumo serão consignadas nas mesmas peças publicitárias, seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

Em outros dispositivos, são proibidas a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde de produtos de tabaco pelo correio, visitas promocionais ou distribuição gratuita da mesma mercadoria em estabelecimentos, locais e ambientes públicos; e o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias do ramo, incluindo publicidade estática ou em veículos de competição.

Os infratores, quando se tratar de fabricante do produto, periódico, empresas de aviação ou transporte coletivo, agência de publicidade e emissora de rádio ou televisão, ficam sujeitos à multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Nos demais casos, a multa será de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

Quando a infração for praticada por meio de rádio ou televisão, a respectiva emissora sofrerá suspensão em sua programação por até 30 (trinta) dias.

A proposição, em outros dispositivos, estabelece quem pode ser considerado infrator, para os efeitos da lei, bem como as autoridades competentes para aplicar as penalidades previstas.





Por fim, capitula como crime “*vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos*”. O delito é punível com pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público de seis meses a três anos. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena da suspensão da atividade comercial, por período não superior a seis meses.

Ao Projeto de Lei n.º 3.156/00, do Poder Executivo, apenso, foram apresentadas as seguintes emendas:

Emenda n.º 1 – Do Deputado Valdemar Costa Neto e outros – altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294/96 para considerar bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Emenda n.º 2 – Do Deputado Francisco Coelho e outros – altera o art. 3º da Lei 9.294/96 para prever a propaganda no rádio e TV no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.

Emenda n.º 3 – do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – altera o art. 3º, para permitir a propaganda restrita à veiculação da marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 4 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – acrescentando um art. 3º A à Lei 9.294/96 – para permitir a propaganda, a promoção e comercialização dos produtos de tabaco pelo correio.

Emenda n.º 5 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, acrescentando um art. 3 B para permitir a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos desde que de finalidades comerciais.

Emenda n.º 6 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o § 3º - e permitir a propaganda nas embalagens dos produtos sem recomendação do seu consumo.





Emenda n.º 7 – Do Deputado Odelmo Leão e outros para alterar o “caput” e o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda no rádio e TV entre 23:00 e 06:00, distante, no mínimo, 400 metros de escolas e em publicações dirigidas ao leitor adulto.

Emenda n.º 8 – Do Deputado Mendes Ribeiro Filho, para alterar o art. 5º e ressaltar os eventos relacionados a competições internacionais.

Emenda n.º 9 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o art. 5º e parágrafos para permitir a propaganda em qualquer horário desde que identificadas apenas com a marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 10 - Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá – alterando o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda nas embalagens dos produtos, na TV, jornais e revistas restrita à marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 11 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o inciso V do art. 9º- A para estabelecer novos valores de multas aplicadas aos infratores.

Emenda n.º 12 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o inciso VI do art. 9º A para suspender a programação das emissoras de rádio e TV por tempo igual ao de duração da propaganda e no mesmo horário e dia em que foi veiculada.

Emenda n.º 13 – Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o parágrafo único do art. 9º para admitir a suspensão das atividades de propaganda por período não superior a 6 (seis) meses.

Emenda n.º 14 - Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o § 3º do art. 9º para definir quem são os infratores da Lei 9.294/96.





Cabe a esta Comissão analisar as proposições quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

Hoje em dia é pacífica a constatação de ser o cigarro um grande mal. A questão agora é saber até que ponto a propaganda do produto pode ser veiculada sem agravar a devastação provocada pelo vício do fumo.

Os projetos de lei pretendem, a propósito, estabelecer uma formulação adequada para esse grave problema.

Segundo amplamente noticiado, alegam as agências de publicidade ser a iniciativa uma “*ameaça à liberdade de expressão comercial*”.

A assertiva, no entanto, não é procedente. Com efeito, o art. 220 da Constituição Federal consagra a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, sem “*qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição*”. Como se nota, não se trata, no caso, de liberdade total, absoluta, sem peias, mas de princípio sujeito às prescrições e limitações da própria Carta Magna.

O dispositivo em questão, acima referido, é bastante claro em seu inciso II do parágrafo 3º e no parágrafo 4º:

“ Art. 220.....

.....

3º *Compete à lei federal:*

.....





*II – estabelecer os meios legais que garantem 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.”*

Não há liberdade sem responsabilidade. A liberdade de propagandear determinado artigo pode ser restringida por questões de saúde, principalmente quando diz respeito a um produto que mata metade de seus usuários. Vinte e sete países proibiram totalmente a publicidade do tabaco, sem estar por isto atentando contra a liberdade de expressão, entre eles, cinco da Comunidade Econômica Européia: Itália (1962), Finlândia (1976), Portugal (1982), França (1991), Bélgica (1997), e o Canadá, entre outros.

O fumo causa dependência e morte, não podendo ser a liberdade de expressão comercial maior do que a liberdade individual de garantia da saúde e qualidade de vida.

Na verdade, poucos projetos de lei têm a seu favor tantas disposições constitucionais, como este, a começar pela competência da União para legislar sobre a propaganda comercial (CF, art. 22, XXIX) e para, concorrentemente com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cuidar da saúde e da assistência pública, (CF, art. 23, II), proteger o meio ambiente e combater a poluição (CF, art. 23, VI), e legislar sobre proteção e defesa da saúde (CF, art. 24, XII).

Por sua vez, a ordem social, - como destaca o art. 193 da Lei Maior – não obstante estar baseada no “*primado do trabalho*”, tem como objetivo “*o bem-estar e a justiça sociais*”.





Um pouco adiante, ressalta o art. 196:

*“Art. 196 A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para a sua promoção, proteção e recuperação.”*

Em outros dispositivos, prescreve a Carta Magna:

*“Art. 200. Ao sistema único de saúde compete, além de outras atribuições, nos termos da lei:*

*I – controlar e fiscalizar procedimentos, produtos e substâncias de interesse para a saúde e participar da produção de medicamentos, equipamentos, imunobiológicos, hemoderivados e outros insumos;*

*II – executar as ações de vigilância sanitária e epidemiológica, bem como as de saúde do trabalhador;*

.....  
*VII – participar do controle e fiscalização da produção, transporte, guarda e utilização de substâncias e produtos psicoativos, tóxicos e radioativos;*

*VIII – colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho.”*

Tendo em conta os princípios vinculados a esses dispositivos, estão sendo desenvolvidos importantes programas no





sentido de reduzir o consumo de produtos de tabaco, coerentes com a proposta social de melhoria da saúde da população.

Tais preocupações não são apenas do Brasil, mas universais, envolvendo governos, indústrias, comércio e consumidores.

A gravidade da situação levou até grandes fabricantes de cigarros a admitir, pela primeira vez, que o vício do fumo causa uma série de “*graves doenças*”, como o câncer, o enfisema e males cardíacos. Tentando mudar a imagem – bem como resguardar-se de acusações baseadas em publicidade enganosa – uma das indústrias do ramo afirmou não existir “*nenhum cigarro seguro*” e que “*fumar cigarros causa vício, segundo a concepção mais comum do termo atualmente*”. (AP, Nova York, 26/11/99).

Pela sua amplitude, a questão não é, como pode parecer à primeira vista, de caráter difuso e genérico, mas pertinente a qualquer cidadão responsável, quanto à necessidade de defesa contra a intrusão da publicidade de cigarros no próprio lar. Ademais, a propaganda de produtos de tabaco é voltada essencialmente para os jovens, induzindo-os à experimentação e ao consumo habitual.

O capítulo da Carta Magna referente à **Comunicação Social** contém a propósito o preceito indicativo da competência da lei federal, para “*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 artigo 221, bem como da **propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.***” (CF, art. 220, inciso II)

O fumo é um dos maiores flagelos de nosso tempo, ceifando, diariamente, milhares de vidas humanas. Os ambulatórios e os leitos dos hospitais são cada vez mais insuficientes para receber uma crescente clientela de tabagistas, portadores de um sem número de doenças provocadas pelo cigarro e outros produtos do gênero. E enquanto os países perdem cidadãos válidos e mão-de-obra necessária ao seu desenvolvimento, o erário das nações é





consumido, improdutivamente, na assistência àqueles dependentes e no combate às mazelas do fumo.

Com a intenção de também proteger o meio ambiente, já aludido naquele acima citado artigo 220, inciso II, da Constituição, o legislador inseriu na Carta Magna a prescrição do inciso V do § 1º do art. 225, *verbis*:

*“Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.*

*§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:*

*.....*  
*V – controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente.”*

Todas essas disposições constituem, como se verifica, um firme suporte da constitucionalidade dos projetos de lei sob exame, cabendo, apenas, pequenos reparos quanto à juridicidade e técnica legislativa.

Dentre os projetos de lei analisados – fundamentados nos princípios mais sagrados de proteção à pessoa humana – destaca-se, pela sua abrangência, o de nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, melhor ajustado à Lei Complementar nº 95/98, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona.



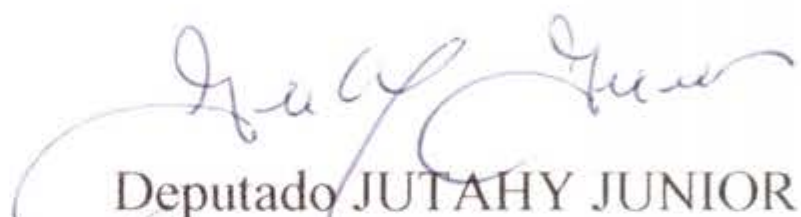


Não obstante tratar aquelas proposições sobre a proibição de publicidade de cigarro e demais produtos derivados do tabaco, a Lei Complementar nº 95/98 impede a repetição de disposições já previstas em legislação especial regulamentadora da matéria. No caso em foco, alguns dos projetos examinados não optaram por alterar a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígenos, preferindo constituir proposição autônoma.

Por esses motivos, foi considerado salutar, conveniente e oportuno apresentar um substitutivo global à proposição do Poder Executivo que contempla todos os projetos de lei examinados, para aperfeiçoar a técnica legislativa e sanar algumas injuricidades.

VOTO, em consequência, pela admissão do projeto de lei nº 3.381/97 e apensos nºs 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00, e suas emendas, quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa, nos termos do Substitutivo a seguir apresentado.

Sala da Comissão, 13 de junho de 2000

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**





## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.381, DE 1997 e  
apensos nºs 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e  
3.156/00.

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 CONGRESSO NACIONAL** decreta:

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

“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.

§ 1º .....

.....  
VI – Não incluir a participação de crianças ou  
adolescentes.  
.....





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

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

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

- a) a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde, pelo correio;
- b) a realização de visita promocional ou distribuição gratuita, em estabelecimento de ensino ou local público;
- c) o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
- d) a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista ou local similar.

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:

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;

VI – suspensão de programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto 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.





§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidades previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto as penalidades aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

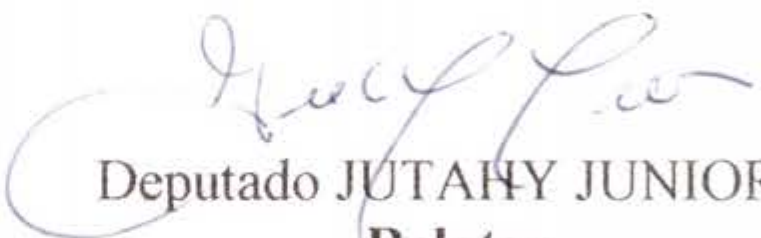
II – do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

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

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

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 13 de Junho de 2000.

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

### PROJETO DE LEI Nº 3.381, DE 1997

(apensos os Projetos de Lei nº 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00)

Proíbe a veiculação de  
publicidade de produtos fumígenos  
em eventos desportivos.

**Autor:** Deputada DALILA FIGUEIREDO

**Relator:** Deputado JUTAHY JÚNIOR

### I – RELATÓRIO

A proposição em epígrafe objetiva restringir a propaganda comercial de cigarros e outros produtos do gênero, por entender insuficientes as normas legais existentes sobre a matéria.

A proibição desses artigos derivados do tabaco refere-se a “*estádios, autódromos e quaisquer outros locais destinados à realização de competições ou eventos desportivos*”, vedada a colocação de painéis, cartazes, outdoors ou qualquer outra propaganda estática.

Y





Trajes esportivos e acessórios de veículos de competição para difundir a propaganda dos produtos também são atingidos pela proibição.

Ao projeto de lei nº 3.381/97 foram apensados seis outros, a saber:

- Projeto de lei nº 3.990/97, do Deputado Enio Bacci, constante de dispositivo único proibindo *“toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.”*

- Projeto de lei nº 4.144/98, do Deputado Roberto Valladão, proibindo *“a propaganda comercial de cigarros e demais produtos fumígenos em derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens e nos meios de comunicação social concessionários do poder público.”*

- Projeto de lei nº 1.482, do Deputado Vivaldo Barbosa, vedando *“toda e qualquer publicidade de cigarros ou qualquer outra forma de tabagismo, direta ou indiretamente, em televisão, rádio, cinemas, cartazes (“outdoors”) ou qualquer outro veículo de publicidade”* bem como *“patrocínios de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias produtoras de cigarros”*, além de outras providências.

- Projeto de lei nº 1.976/99, do Deputado Roberto Pessoa, determinando que *“para cada propaganda de cigarros e ou afins, a indústria tabagista responsável fica obrigada a veicular outra de igual tempo e dimensão alertando a população sobre os malefícios que o produto causa à saúde.”*

- Projeto de lei nº 2.635/00, do Deputado Luiz Bittencourt, proibindo *“promoção, propaganda ou publicidade de tabaco, em qualquer de suas formas, e em todos os meios de comunicação”* e, também, *“o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de tabaco em qualquer de suas formas.”*

- Projeto de lei nº 3.156/00, do Poder Executivo.





O Ministério da Saúde, nessa proposição, destaca em exposição de motivos, *“um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas e de tabaco e seus derivados, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada”*. E acrescenta:

*“Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, com ênfase para as restrições às formas indutoras do consumo de tabaco e de bebidas. Nesse sentido, as medidas preconizadas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, revelaram-se insuficientes para inibir adequadamente tal consumo. Impõe-se, por conseguinte, a revisão dessa Lei, no intuito de levá-la à sua vocação natural de servir aos propósitos de uma significativa queda dos índices de consumo dessas substâncias, melhorando o perfil de saúde da população e reduzindo os custos do SUS.*

*As alterações propostas vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação desses produtos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular propaganda de produtos fumígenos, seja pela imposição de penalidades com maior poder de intimidação.*

*Apesar das advertências nas programações das emissoras de televisão, impróprias para certa faixa etária, forçoso é reconhecer que elas, ainda assim, são assistidas por menores de idade, justamente o público-alvo da propaganda de bebidas e de tabaco. Assim, a proibição de sua veiculação nessas emissoras virá eliminar o seu poder de indução, especialmente em relação aos jovens, ainda em processo de formação.*

*Em reforço a essas medidas, cumpre estabelecer penalidades mais severas para que a Lei venha a ter o necessário poder de coerção, de modo a produzir os efeitos esperados e que justificaram a necessidade de sua elaboração, sem os quais não teria sentido algum.*





*De capital importância para o êxito de tais medidas é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, sem dúvida, uma lamentável lacuna na Lei nº 9.294, de 1996, responsável pela impunidade verificada, posto que a validade dos atos administrativos pressupõe agente capaz para praticá-los."*

A proposição altera, inicialmente, o art. 3º e seus §§ 3º e 5º daquela Lei, para limitar a pôsteres, painéis e cartazes internos, a propaganda dos produtos em foco, ficando em consequência vedada qualquer divulgação do gênero nas emissoras de rádio e televisão. Outrossim, advertências sobre os malefícios do fumo serão consignadas nas mesmas peças publicitárias, seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

Em outros dispositivos, são proibidas a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde de produtos de tabaco pelo correio, visitas promocionais ou distribuição gratuita da mesma mercadoria em estabelecimentos, locais e ambientes públicos; e o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias do ramo, incluindo publicidade estática ou em veículos de competição.

Os infratores, quando se tratar de fabricante do produto, periódico, empresas de aviação ou transporte coletivo, agência de publicidade e emissora de rádio ou televisão, ficam sujeitos à multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Nos demais casos, a multa será de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

Quando a infração for praticada por meio de rádio ou televisão, a respectiva emissora sofrerá suspensão em sua programação por até 30 (trinta) dias.

A proposição, em outros dispositivos, estabelece quem pode ser considerado infrator, para os efeitos da lei, bem como as autoridades competentes para aplicar as penalidades previstas.





Por fim, capitula como crime “*vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos*”. O delito é punível com pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público de seis meses a três anos. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena da suspensão da atividade comercial, por período não superior a seis meses.

Ao Projeto de Lei n.º 3.156/00, do Poder Executivo, apenso, foram apresentadas as seguintes emendas:

Emenda n.º 1 – Do Deputado Valdemar Costa Neto e outros – altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294/96 para considerar bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Emenda n.º 2 – Do Deputado Francisco Coelho e outros – altera o art. 3º da Lei 9.294/96 para prever a propaganda no rádio e TV no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.

Emenda n.º 3 – do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – altera o art. 3º, para permitir a propaganda restrita à veiculação da marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 4 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá – acrescentando um art. 3º A à Lei 9.294/96 – para permitir a propaganda, a promoção e comercialização dos produtos de tabaco pelo correio.

Emenda n.º 5 – Do Deputado Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, acrescentando um art. 3 B para permitir a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos desde que de finalidades comerciais.

Emenda n.º 6 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o § 3º - e permitir a propaganda nas embalagens dos produtos sem recomendação do seu consumo.





Emenda n.º 7 – Do Deputado Odelmo Leão e outros para alterar o “caput” e o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda no rádio e TV entre 23:00 e 06:00, distante, no mínimo, 400 metros de escolas e em publicações dirigidas ao leitor adulto.

Emenda n.º 8 – Do Deputado Mendes Ribeiro Filho, para alterar o art. 5º e ressaltar os eventos relacionados a competições internacionais.

Emenda n.º 9 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o art. 5º e parágrafos para permitir a propaganda em qualquer horário desde que identificadas apenas com a marca ou slogan, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 10 - Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá – alterando o § 5º do art. 3º para permitir a propaganda nas embalagens dos produtos, na TV, jornais e revistas restrita à marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

Emenda n.º 11 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá para alterar o inciso V do art. 9º- A para estabelecer novos valores de multas aplicadas aos infratores.

Emenda n.º 12 – Do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o inciso VI do art. 9º A para suspender a programação das emissoras de rádio e TV por tempo igual ao de duração da propaganda e no mesmo horário e dia em que foi veiculada.

Emenda n.º 13 – Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o parágrafo único do art. 9º para admitir a suspensão das atividades de propaganda por período não superior a 6 (seis) meses.

Emenda n.º 14 - Do Deputado Francisco Coelho e do Deputado Arnaldo Faria de Sá alterando o § 3º do art. 9º para definir quem são os infratores da Lei 9.294/96.





Cabe a esta Comissão analisar as proposições quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

Hoje em dia é pacífica a constatação de ser o cigarro um grande mal. A questão agora é saber até que ponto a propaganda do produto pode ser veiculada sem agravar a devastação provocada pelo vício do fumo.

Os projetos de lei pretendem, a propósito, estabelecer uma formulação adequada para esse grave problema.

Segundo amplamente noticiado, alegam as agências de publicidade ser a iniciativa uma “*ameaça à liberdade de expressão comercial*”.

A assertiva, no entanto, não é procedente. Com efeito, o art. 220 da Constituição Federal consagra a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, sem “*qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição*”. Como se nota, não se trata, no caso, de liberdade total, absoluta, sem peias, mas de princípio sujeito às prescrições e limitações da própria Carta Magna.

O dispositivo em questão, acima referido, é bastante claro em seu inciso II do parágrafo 3º e no parágrafo 4º:

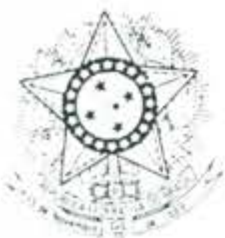
“ Art. 220.....

.....

3º Compete à lei federal:

.....





*II – estabelecer os meios legais que garantem 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.”*

Não há liberdade sem responsabilidade. A liberdade de propagandear determinado artigo pode ser restringida por questões de saúde, principalmente quando diz respeito a um produto que mata metade de seus usuários. Vinte e sete países proibiram totalmente a publicidade do tabaco, sem estar por isto atentando contra a liberdade de expressão, entre eles, cinco da Comunidade Econômica Européia: Itália (1962), Finlândia (1976), Portugal (1982), França (1991), Bélgica (1997), e o Canadá, entre outros.

O fumo causa dependência e morte, não podendo ser a liberdade de expressão comercial maior do que a liberdade individual de garantia da saúde e qualidade de vida.

Na verdade, poucos projetos de lei têm a seu favor tantas disposições constitucionais, como este, a começar pela competência da União para legislar sobre a propaganda comercial (CF, art. 22, XXIX) e para, concorrentemente com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cuidar da saúde e da assistência pública, (CF, art. 23, II), proteger o meio ambiente e combater a poluição (CF, art. 23, VI), e legislar sobre proteção e defesa da saúde (CF, art. 24, XII).

Por sua vez, a ordem social, - como destaca o art. 193 da Lei Maior – não obstante estar baseada no “*primado do trabalho*”, tem como objetivo “*o bem-estar e a justiça sociais*”.





Um pouco adiante, ressalta o art. 196:

*“Art. 196 A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para a sua promoção, proteção e recuperação.”*

Em outros dispositivos, prescreve a Carta Magna:

*“Art. 200. Ao sistema único de saúde compete, além de outras atribuições, nos termos da lei:*

*I – controlar e fiscalizar procedimentos, produtos e substâncias de interesse para a saúde e participar da produção de medicamentos, equipamentos, imunobiológicos, hemoderivados e outros insumos;*

*II – executar as ações de vigilância sanitária e epidemiológica, bem como as de saúde do trabalhador;*

.....  
*VII – participar do controle e fiscalização da produção, transporte, guarda e utilização de substâncias e produtos psicoativos, tóxicos e radioativos;*

*VIII – colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho.”*

Tendo em conta os princípios vinculados a esses dispositivos, estão sendo desenvolvidos importantes programas no





sentido de reduzir o consumo de produtos de tabaco, coerentes com a proposta social de melhoria da saúde da população.

Tais preocupações não são apenas do Brasil, mas universais, envolvendo governos, indústrias, comércio e consumidores.

A gravidade da situação levou até grandes fabricantes de cigarros a admitir, pela primeira vez, que o vício do fumo causa uma série de “*graves doenças*”, como o câncer, o enfisema e males cardíacos. Tentando mudar a imagem – bem como resguardar-se de acusações baseadas em publicidade enganosa – uma das indústrias do ramo afirmou não existir “*nenhum cigarro seguro*” e que “*fumar cigarros causa vício, segundo a concepção mais comum do termo atualmente*”. (AP, Nova York, 26/11/99).

Pela sua amplitude, a questão não é, como pode parecer à primeira vista, de caráter difuso e genérico, mas pertinente a qualquer cidadão responsável, quanto à necessidade de defesa contra a intrusão da publicidade de cigarros no próprio lar. Ademais, a propaganda de produtos de tabaco é voltada essencialmente para os jovens, induzindo-os à experimentação e ao consumo habitual.

O capítulo da Carta Magna referente à **Comunicação Social** contém a propósito o preceito indicativo da competência da lei federal, para “*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 artigo 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.*” (CF, art. 220, inciso II)

O fumo é um dos maiores flagelos de nosso tempo, ceifando, diariamente, milhares de vidas humanas. Os ambulatórios e os leitos dos hospitais são cada vez mais insuficientes para receber uma crescente clientela de tabagistas, portadores de um sem número de doenças provocadas pelo cigarro e outros produtos do gênero. E enquanto os países perdem cidadãos válidos e mão-de-obra necessária ao seu desenvolvimento, o erário das nações é





consumido, improdutivamente, na assistência àqueles dependentes e no combate às mazelas do fumo.

Com a intenção de também proteger o meio ambiente, já aludido naquele acima citado artigo 220, inciso II, da Constituição, o legislador inseriu na Carta Magna a prescrição do inciso V do § 1º do art. 225, *verbis*:

*“Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.*

*§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:*

*.....*  
*V – controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente.”*

Todas essas disposições constituem, como se verifica, um firme suporte da constitucionalidade dos projetos de lei sob exame, cabendo, apenas, pequenos reparos quanto à juridicidade e técnica legislativa.

Dentre os projetos de lei analisados – fundamentados nos princípios mais sagrados de proteção à pessoa humana – destaca-se, pela sua abrangência, o de nº 3.156, de 2000, do Poder Executivo, melhor ajustado à Lei Complementar nº 95/98, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona.






Não obstante tratar aquelas proposições sobre a proibição de publicidade de cigarro e demais produtos derivados do tabaco, a Lei Complementar nº 95/98 impede a repetição de disposições já previstas em legislação especial regulamentadora da matéria. No caso em foco, alguns dos projetos examinados não optaram por alterar a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígenos, preferindo constituir proposição autônoma.

Por esses motivos, foi considerado salutar, conveniente e oportuno apresentar um substitutivo global à proposição do Poder Executivo que contempla todos os projetos de lei examinados, para aperfeiçoar a técnica legislativa e sanar algumas injuricidades.

VOTO, em consequência, pela admissão do projeto de lei nº 3.381/97 e apensos nºs 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e 3.156/00, e suas emendas, quanto aos aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa, nos termos do Substitutivo a seguir apresentado.

Sala da Comissão, 13 de junho de 2000

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**





## COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.381, DE 1997 e  
apensos nºs 3.990/97, 4.144/98, 1.482/99, 1.979/99, 2.635/00 e  
3.156/00.

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 CONGRESSO NACIONAL** decreta:

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

“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.

§ 1º .....

VI – Não incluir a participação de crianças ou  
adolescentes.

.....





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

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

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

- a) a propaganda, a venda e a distribuição de amostra ou brinde, pelo correio;
- b) a realização de visita promocional ou distribuição gratuita, em estabelecimento de ensino ou local público;
- c) o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
- d) a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista ou local similar.

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:

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;

VI – suspensão de programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto 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.





§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as penalidades previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.435, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto as penalidades 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 transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 13 de Junho de 2000.

  
Deputado JUTAHY JUNIOR  
**Relator**





CÂMARA DOS DEPUTADOS  
GABINETE DO DEPUTADO FEDERAL PINHEIRO LANDIM

Anexe-se ao processo, sem prejuízo da publicação do parecer anterior, uma vez que proferido em Plenário. Oficie-se ao Requerente

Em 27/08/00

PRESIDENTE

**REQUERIMENTO**  
(Do Sr. Deputado Pinheiro Landim)

*Solicito à substituição do relatório do Projeto de Lei n.º 3.310/1997 do Deputado Carlos Apolinário, entregue em Plenário.*

Senhor Presidente:

Na qualidade de Relator requeiro a V. Exa., a substituição de meu relatório entregue em plenário ao Projeto de Lei n.º 3.310/1997 de Autoria do Deputado Carlos Apolinário, por este que segue em anexo com as devidas correções ortográficas.

**PINHEIRO LANDIM**  
Deputado Federal  
PMDB CE

Exmo. Sr.  
Deputado **MICHEL TEMER**  
MD. Presidente da Câmara dos Deputados  
NESTA



## **COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA**

### **PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997**

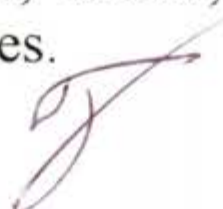
**(Apensados PLs 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99,  
1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00)**

**Modifica a Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, proibindo a publicidade de produtos de produtos fumíferos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.**

**Autor:** Deputado Carlos Apolinário  
**Relator:** Deputado Pinheiro Landim

### **I – RELATÓRIO**

O projeto de lei em epígrafe dispõe sobre a propaganda de produtos fumíferos, modificando a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que disciplina as restrições ao uso de propaganda comercial de produtos fumíferos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. O principal objetivo do projeto é proibir a veiculação de publicidade de produtos fumíferos nos meios de comunicação, exceto, na imprensa escrita e em painéis, cartazes e outdoors, com restrições.





Ao PL 3.3310/97 foram apensados outros treze projetos de lei, sendo, doze de iniciativa parlamentar e um de iniciativa do Poder Executivo.

O Projeto de Lei nº 112/99, do deputado José Antônio, veda a publicidade no rádio e na televisão de produtos fumíferos, regulamentando a prática de “telemarketing”.

O Projeto de Lei nº 844/99, do deputado Oliveira Filho, limita a propaganda de tabaco no horário compreendido entre vinte e duas horas e seis horas.

O Projeto de Lei nº 1.600/99, do deputado Luiz Bitencourt, dispõe sobre prospecto explicativo que deve acompanhar as embalagens de cigarros.

O Projeto de Lei nº 2.344/00, deputado Bispo Rodrigues, acrescenta parágrafo ao art. 2º da lei 9.294 de 15 de julho de 1996.

O Projeto de Lei nº 2.734/00, do deputado Marcos Afonso, trata da proibição de propaganda de produtos de produtos fumíferos nos meios de comunicação e no patrocínio de eventos, por marcas ou fabricantes.


O Projeto de Lei nº 2.956/00, do deputado Antônio José Mota, modifica a Lei 9.294 de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagem de advertência em produtos que usem a logomarca ou logotipo de produtos fumíferos.

O Projeto de Lei nº 3.381/97, da deputada Dalila Figueiredo, proíbe a veiculação de publicidade de produtos fumíferos em eventos esportivos.

O Projeto de Lei nº 3.990/97, do deputado Ênio Bacci. Proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

O Projeto de Lei nº 4.144/98, do deputado Roberto Valadão, proíbe a divulgação de anúncios de produtos de tabaco nos meios de comunicação social concessionárias do Poder Público.

O Projeto de Lei nº 1.1979/99, do deputado Roberto Pessoa, determina que para cada propaganda de cigarro veiculada na televisão, a indústria de tabaco deverá veicular outra, com o mesmo tempo, sobre os malefícios à saúde.

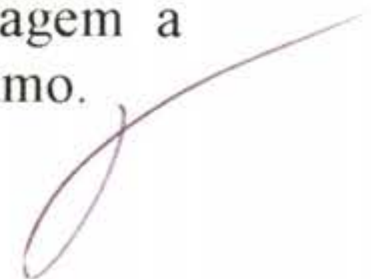




O Projeto de Lei nº 2.635/00, do deputado Luiz Bitencourt, proíbe a promoção e publicidade de tabaco nos meios de comunicação e, ainda, patrocínio de eventos culturais e esportivos.

O Projeto de Lei nº 3.156/00, do Poder Executivo, dá nova redação a dispositivos da Lei 9.294 de 25 de julho de 1996, estabelecendo que a publicidade de produtos fumíferos só poderá ser feita através de pôsteres, painéis e cartazes internos. Proíbe a propaganda, a venda e distribuição de amostras grátis e brindes pelo correio, bem como, o patrocínio de eventos culturais e esportivos por parte de marcas ou indústrias de tabaco. O projeto estabelece, ainda, o aumento dos valores de multas por infrações em desrespeito à Lei, de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), entre outros aspectos.

O Projeto de Lei nº 3.156/00 foram apresentadas quatorze emendas a saber:

- Emenda 1, do deputado Valdemar Costa Neto e outros, considera bebidas alcóolicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcóolico.
  - Emenda 2, dos deputados Francisco Coelho E Sérgio Carvalho, restringe a propaganda de produtos fumíferos, nos meios de comunicação, através da reprodução da embalagem e nome dos produtos, sendo que, no rádio e na televisão no horário de vinte e duas horas as seis horas.
  - Emenda 3, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, restringe a propaganda de tabaco á veiculação da identificação apenas da marca ou slogan, sem a recomendação do consumo, no horário de vinte e uma as seis horas, e, ainda, em páginas internas de jornais e revistas, desde que não excedam de um oitavo das dimensões de cada folha.
  - Emenda 4, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda, a promoção e a comercialização dos produtos de tabaco, pelo correio, desde que identificada na embalagem a marca ou slogan do produto, sem recomendação de seu consumo.
- 



- Emenda 5, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a promoção e a distribuição dos produtos de tabaco, em estabelecimentos e locais públicos de finalidade comerciais.
- Emenda 6, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda nas embalagens dos produtos, exceto os destinados à exportação, nas programações televisuais e nos jornais e revistas, restrita à veiculação da marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.
- Emenda 7, do deputado Odelmo Leão e outros, restringe a propaganda de produtos fumíferos no rádio e na televisão no horário de vinte e três as seis da manhã, em equipamentos fixos de publicidade exterior a uma distância mínima de quatrocentos metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus e em páginas internas de jornais e revistas cujo público leitor seja, em sua maioria, adulto.
- Emenda 8, do deputado Odelmo Leão e outros, permite o patrocínio de eventos culturais e esportivos, por parte das marcas de produtos fumíferos, onde o público seja de maiores de 18 anos.
- Emenda 9, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda estática em estádios e similares, desde que restrita à exposição de marca ao slogan, sem recomendação do seu uso.
- Emenda 10, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda nas embalagens dos produtos, nas programações televisuais, e nos jornais e revistas, desde que restrita à veiculação de marca ao slogan, sem recomendação do seu uso.
- Emenda 11, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, alterando os valores das multas previstas na Lei 9.294 de 15 de julho de 1996.
- Emenda 12, dos deputados Francisco coelho e Arnaldo Faria de Sá, modificando a redação do Art. 9º-A da Lei 9.294 , que se refere a suspensão da programação das emissoras de rádio e televisão, definindo em igual tempo de duração da propaganda que teria violado a legislação.



- Emenda 13, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, prevê a aplicação de pena de suspensão da comercialização do produto pelo estabelecimento, em vez da suspensão de atividades comerciais.
- Emenda 14, dos deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, altera os critérios de definição dos infratores, excluindo os usuários de tabaco e dirigentes de empresas.

É o relatório.

## II – VOTO DO RELATOR

O projeto de lei em tela, assim como seus apensados, tratam de matéria de grande significado que é o controle sobre propaganda de produtos de fumo com o objetivo de reduzir o seu consumo, através de modificações na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Os produtos derivados do fumo, e, principalmente, o cigarro, é um produto controvertido há muitas décadas. Nos últimos anos, o conhecimento consolidou-se no sentido de que o tabaco é, sem dúvida, um grande risco para inúmeras doenças.

Há igualmente um consenso de que o cigarro deve ser mantido como um produto lícito. O banimento de um produto, como vem demonstrando a Lei Seca nos Estados Unidos, traz uma imensa quantidade de fatores negativos e de desagregação social.

Como ninguém questiona que o fumo traz prejuízos à saúde, a grande discussão no momento é como prevenir que os jovens venham a adquirir o hábito de fumar e assim evitando que no futuro esses novos consumidores venham a sofrer dos males causados pelo produto. Dentro deste universo, é perfeitamente legítima uma política pública voltada para o desestímulo ao consumo. Tal política pública deve envolver, nos termos da Constituição, a imposição de restrições à publicidade.

O tema tem despertado na discussão sociedade, muitas vezes apaixonadas. Aqueles mais envolvidos no combate ao fumo têm utilizado vários argumentos na defesa de sua tese, algumas vezes ultrapassando o limite do razoável. Um exemplo é a comparação do vício de fumar com o consumo



de drogas pesadas como a cocaína. Este tipo de argumento representa um alto risco para a juventude que poderá nivelar as discussões sobre o consumo de drogas ilícitas, como a maconha, cocaína e o crack, ao consumo do cigarro.

Olhemos a realidade, as clínicas estão cheias de viciados em álcool, cocaína, heroína, crack, e outras drogas, mas não de fumantes. Aliás no Brasil a população de ex-fumantes é equivalente a população de fumantes. É só olharmos para esta Casa, não tenho dúvidas que aqui há muito mais ex-fumantes do que fumantes.

Por esta razão considero que o voto do relator deve levar em consideração, exclusivamente, a informação correta, a racionalidade e o bom senso de forma a evitar que no futuro a sociedade sofra os prejuízos causados por uma cruzada antitabagista sem fronteiras.

O que se está discutindo não é a proibição da propaganda de produtos de fumo, já que a proibição, como sabemos, é inconstitucional de acordo com o art. 220, § 4º, da Constituição Federal:

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

§ 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.

Portanto o que está em discussão é o grau de restrições que deve ser imposto para esse tipo de propaganda e suas conseqüências.

As alterações na Lei 9.294/96, sugeridas no projeto do Poder Executivo, como, também, na grande maioria das proposições em análise, buscam estabelecer maior inibição à divulgação da propaganda de produtos de fumo, seja pela proibição de veículos autorizados a veicular a propaganda, seja na imposição de penalidades mais severas.

Rapidamente se verifica que o Projeto de Lei apresentado pelo Poder Executivo, como em outros projetos apensados, ao proibir de uma maneira bastante generalizada a propaganda de produtos de fumo, sofre de vícios de inconstitucionalidade.



Contudo, independente da questão de constitucionalidade, o que queremos analisar é que resultados devemos esperar de uma restrição à propaganda que se aproxime do seu banimento. Para tanto verificar o que está ocorrendo nos países que baniram a propaganda.

A Noruega, primeiro país a proibir a propaganda, em 1975, tem hoje uma população de fumantes proporcionalmente maior do que no Brasil (cerca de 34% contra cerca de 29% do Brasil – população adulta). Segundo dados do Conselho de Fumo e Saúde do governo Norueguês, que podem ser checados na Internet, 31,2% dos jovens noruegueses entre 26 e 24 anos fumam, enquanto no Brasil as pesquisas indicam que entre os jovens de 28 a 24 anos, menos de 22% fumam e este número está caindo ano a ano no Brasil e crescendo na Noruega.

O segundo país a proibir a propaganda foi a Finlândia e lá ocorreu a mesma coisa, aumentou o consumo entre os jovens após a proibição. Itália, Portugal e França que baniram a propaganda em 1987, entre 1986 e 1996 o consumo aumentou mais de 8% na Itália, mais de 7% em Portugal e mais de 5% na França.

Segundo o livro publicado recentemente pelo Ministério da Saúde “Cigarro Brasileiro: Análises e propostas para a redução do consumo” houve uma redução de aproximadamente 16% no consumo de cigarros entre 1980 e 1995. Considerando esta informação, de onde vem a certeza do governo de que o fim da propaganda reduzirá o consumo entre jovens se as estatísticas mundiais não permitem esta conclusão e até indicam o contrário. Segundo o Professor Roger Bate, da universidade de Cambridge na Inglaterra, a proibição cria nos jovens a atração pela “fruta proibida”. Segundo ele a medida que o fumo se torna um tabu, aumenta a probabilidade dos jovens querer porv-lo.

Outra questão fundamental que devemos considerar é o efeito que a restrição da propaganda poderá ter sobre o mercado ilegal de cigarros, formando, principalmente, pelo cigarro contrabandeado. Em um mercado como o Brasil, em que o contrabando já representa cerca de 33% dos cigarros consumidos, ou 40 bilhões de unidades, a restrição excessiva da propaganda é certamente um grande risco, pois a tendência do mercado ilegal sem a concorrência da propaganda é crescer. Com a continuidade e o aumento do contrabando perde o agricultor que produz fumo, perde o governo em arrecadação, perde o trabalhador que vê desaparecer o seu emprego, perde a



indústria instada no Brasil, perdem os consumidores. O único beneficiário da restrição excessiva, que se apresenta como banimento, será o contrabandista que tem mais poderosa propaganda em suas mãos, o preço baixo que possibilita vender seu produto em qualquer esquina sem o menor controle de qualidade, sem fiscalização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária e sem preocupação de saber quem vende.

A restrição excessiva, reprime a competição dentro de um mercado e desencoraja melhorias na qualidade e nas inovações do produto. O consumidor, sem a propaganda, se verá privado das informações que considera necessárias para fazer uma escolha informada. Poderá impossibilitar até mesmo a identificação de marcas de cigarros com características por ele, o que, inclusive, pode desestimular os fabricantes a investirem no desenvolvimento de produtos de melhor qualidade.

A vedação da publicidade congela o mercado no estado em que se encontra, seja já participação de cada fabricante como no tipo de produto comercializado.

Sem propaganda o único instrumento de competição será o preço, o que pode provocar o efeito perverso do aumento no consumo.

Com base nessas considerações e no espírito que norteia a maioria das propostas que é o de proteger a criança e o adolescente dos efeitos da propaganda dos produtos fumíferos, bem como, amparado pelos diversos discursos proferidos neste Plenário, de que a propaganda na televisão é a forma mais indutora sobre os jovens, decidimos pela apresentação de um substitutivo que contempla estas preocupações e as importantes contribuições dos projetos e das emendas apresentadas.

No art. 3º da Lei 9.294, o substitutivo introduz modificações menos rigorosas do que aquelas propostas pelo poder Executivo, porém apresenta aprimoramento na Lei 9294/96 ao preservar de forma inequívoca a proteção da criança e do adolescente da exposição à propaganda.

Com este substitutivo a propaganda na televisão ficará restrita a um intervalo em que, segundo pesquisas de institutos de aferição de audiência, o público é fundamentalmente adulto, ou seja, no horário da meia noite às cinco horas da manhã. A presença de propaganda externa limitada a distância de 400 metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º Grau e de guarda de crianças.




e adolescentes o que além de evitar a exposição reduzirá de forma significativa a presença deste tipo de propaganda em áreas de concentração de pessoas. No que se refere a publicidade em publicações impressa, a mesma só será permitida em páginas internas de publicações dirigidas ao público majoritariamente adulto. Quanto ao patrocínio de eventos culturais e esportivos por marcas de produtos fumíferos, estes estarão limitados àqueles em que a entrada no local de realização fique restrita as pessoas maiores de idade. A proibição deste tipo de patrocínio poderia redundar na liquidação de importante segmento de promoção de eventos culturais como teatro, música, dança e de eventos esportivos.

As alterações propostas na Emenda nº 5 do Deputado Francisco Coelho e Deputado Arnaldo Faria de Sá foram aprimoradas em nosso substitutivo afim de restringir a distribuição de amostras gratuitas de produtos de tabaco somente em locais públicos ambientes em que se proíba a entrada de menores de 18 anos.

Quanto ao dispositivo que determina maior rigor nas penalidades pela não observância da legislação, proposta no projeto de lei do Poder Executivo, estão sendo promovidas modificações que visam seu aprimoramento para melhor clareza e aplicação.

Assim sendo, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3156/00 bem como da emenda nº 8, pela aprovação parcial das emendas nº 5 e nº 7 apresentadas ao Projeto 3156/00, na forma do substitutivo anexo; e pela rejeição dos Projetos de Lei 338197, 3990/97, 4144/98, 112/99, 844/99, 1482/99, 1600/99, 1979/99, 2344/00, 2635/00, 2734/00 e 2956/00 e das emendas 1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13 e 14.

Sala da Comissão, em 03 de Junho de 2000.

  
Deputado PINHEIRO LANDIM  
Relator



SGM/P nº 725/00

Brasília, 21 de agosto de 2000.

Senhor Deputado,

Reportando-me ao Requerimento de sua autoria, contendo solicitação de substituição do relatório ofertado ao Projeto de Lei nº 3.310/97 e entregue em Plenário, informo a Vossa Excelência que, sobre o assunto, exarei o seguinte despacho:

“Anexe-se ao processo, sem prejuízo da publicação do parecer anterior, uma vez que proferido em Plenário. Oficie-se ao Requerente.”

Colho o ensejo para renovar a Vossa Excelência protestos de elevado apreço e distinta consideração.

  
**MICHEL TEMER**  
Presidente

A Sua Excelência o Senhor  
Deputado **PINHEIRO LANDIM**  
Anexo IV, Gabinete 636  
N E S T A





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

### PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997

(Apensados PL's 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/99, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, proibindo a publicidade de produtos fumígenos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

**Autor:** Deputado CARLOS APOLINÁRIO

**Relator:** Deputado JOÃO SAMPAIO

### I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe dispõe sobre modificações à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que disciplina a propaganda de produtos específicos, como as bebidas alcoólicas, os produtos fumígenos, os medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. Seu objetivo específico é a proibição da publicidade de produtos fumígenos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens, mas estabelece restrição à realização de propaganda de tais produtos em painéis e cartazes localizados a distâncias inferiores a 200 metros de estabelecimentos de ensino ou de locais destinados à prática de desportos.

Ao PL 3.310/97 foram apensados diversos outros projetos, a partir de requerimento de autoria do Deputado Jutahy Júnior, deferido pela Presidência da Câmara em 14 de junho de 2000. A análise conjunta dos projetos





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

foi motivada pela tramitação em regime de urgência de proposta do Poder Executivo, o Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, tratando de matéria similar e que foi apensado ao PL mais antigo, o PL 3.310/97. Ficaram, portanto, apensados ao projeto em tela os PL's 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00.

O PL 3.381/97, de autoria da Sra. Dalila Figueiredo, estabelece a proibição da propaganda dos produtos fumígenos em ginásios e outros eventos desportivos, em cartazes e painéis em raio inferior a 300 metros a esses eventos. Dispõe, ainda, sobre proibição do uso de propaganda de fumo em trajes desportivos e sobre estrutura de multas para os infratores da lei.

O PL 4.144/98, do Sr. Roberto Valadão, proíbe anúncios de cigarro e similares nos meios de comunicação social dos concessionários do Poder Público e estabelece multas para os infratores.

O PL 3.990/97, do Sr. Ênio Bacci, proíbe toda publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

O PL 112/99, do Sr. José Antônio, veda a publicidade do tabaco no rádio e na televisão e disciplina o *telemarketing*, vedando as vendas por telefone de medicamentos e terapias de qualquer natureza.

O PL 844/99, do Sr. Oliveira Filho, limita o horário destinado à publicidade de produtos fumígenos no rádio e na televisão ao intervalo entre vinte e duas e seis horas.

O PL 1.600/99, do Sr. Luiz Bittencourt, obriga a que as embalagens de cigarro contenham prospecto explicativo sobre as doenças provocadas pelo tabagismo, cabendo a regulamentação do dispositivo ao Poder Executivo.

O PL 1.482/99, do Sr. Vivaldo Barbosa, veda a publicidade de cigarros em qualquer veículo de publicidade, bem como o patrocínio de atividades culturais e esportivas por marcas ou indústrias produtoras de cigarro. Veda, ainda, a concessão de qualquer incentivo à atividade de cultivo, comércio ou indústria do fumo e criminaliza a venda de cigarros a menores de 18 anos, bem como o ato de fumar em locais públicos.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

3

O PL 1.979/99, do Sr. Roberto Pessoa, obriga a que, para cada propaganda de cigarro veiculada na televisão, a indústria tabagista veicule outra, de igual tempo, alertando a população sobre os malefícios do fumo.

O PL 2.344/00, do Sr. Bispo Rodrigues, obriga a publicação de fotos de órgãos destruídos pelo fumo nas embalagens dos maços, carteiras e pacotes de cigarros, cabendo ao Poder Executivo a regulamentação do dispositivo.

O PL 2.635/00, também do Sr. Luiz Bittencourt, proíbe a propaganda ou publicidade de tabaco em qualquer das suas formas, em todos os meios de comunicação, bem como o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fornecedoras de produtos fumígenos.

O PL 2.734/00, do Sr. Marcos Afonso, proíbe qualquer propaganda de produtos fumígenos nos meios de comunicação, o patrocínio de eventos de qualquer natureza por parte de marcas e empresas fabricantes desses produtos e obriga a impressão de advertência nos maços e carteiras de cigarro sobre os malefícios do fumo. Dispõe, ainda, que as chamadas de patrocínio de bebidas alcoólicas só possam ser feitas quando identificadas apenas pela marca o *slogan* do produto, sem recomendação de seu consumo.

O PL 2.956/00, do Sr. Antônio José Mota, exige que seja veiculada mensagem de advertência semelhante as dos maços de cigarro nos produtos que utilizem rótulos, logotipo ou logomarca relativos a produtos fumígenos.

O PL 3.156/00, do Poder Executivo, estabelece que a propaganda comercial de produtos fumígenos só pode ser feita por intermédio de pôsteres, painéis e cartazes internos. Proíbe, ainda, a propaganda, venda e distribuição de amostras grátis e brindes de fumo, pelo correio. Fica vedado o patrocínio de eventos culturais e esportivos por empresas fabricantes ou por marcas de cigarros e define-se nova estrutura de multas, bem como tipifica-se melhor as infrações e infratores da legislação. Considera, ainda, crime a venda de cigarros a menores de 18 anos.

Foram apresentadas, no prazo regimental, 14 emendas, todas ao PL 3.156/00, no âmbito deste Colegiado.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

A Emenda nº 1, do Deputado Valdemar da Costa Neto, considera como bebida alcoólica, para efeitos legais, bebidas potáveis com qualquer teor alcóolico.

A Emenda nº 2, dos Deputados Francisco Coelho e Sérgio Carvalho, restringe a propaganda comercial dos produtos fumígenos à reprodução da embalagem e nome dos produtos, limitando o horário da veiculação em rádio e televisão ao intervalo entre vinte e duas e seis horas.

A Emenda nº 3, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, restringe a propaganda do fumo à condição de ser veiculada com identificação apenas da marca ou *slogan* do produto, sem recomendação do seu consumo, limitando o horário de veiculação em rádio e TV ao intervalo entre vinte e uma e seis horas e, no caso de páginas internas de jornais e revistas, a dimensão que não exceda um oitavo do tamanho de cada folha.

A Emenda nº 4, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, permite a propaganda, a venda e a distribuição de amostras grátis e de brindes de produtos de tabaco, pelo correio, se identificada na embalagem apenas com a marca ou *slogan* do produto.

A Emenda nº 5, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, introduz a possibilidade de realização de visitas promocionais e distribuição de produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos, quando estas se derem por finalidades comerciais.

A Emenda nº 6, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, adapta a condição de permissão de propaganda nas redes de rádio e televisão e nas páginas de jornais e revistas à obrigatoriedade de veiculação de mensagem de advertência prevista em lei.

A Emenda nº 7, do Deputado Odelmo Leão e outros, permite a propaganda em rádio e televisão, desde que feita no horário entre vinte e três e seis horas; em cartazes externos, se for mantida distância mínima de 400 metros de estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus; e em páginas internas de jornais e revistas voltadas majoritariamente para o público adulto.

A Emenda nº 8, do Deputado Odelmo Leão e outros, permite o patrocínio de atividades esportivas e culturais, desde que não seja permitido o acesso de menores de 18 anos e em eventos relacionados com competições internacionais.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

A Emenda nº 9, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, insere condição na proibição de propaganda estática em estádios, veículos de competição e similares, permitindo-a quando restrita à exposição da marca do produto ou *slogan*, sem recomendação do seu uso.

A Emenda nº 10, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, introduz adaptação à possibilidade de propaganda em rádio, televisão, jornais e revistas, mantendo a exigência do seqüenciamento das mensagens de advertência, conforme estabelecido em lei.

A Emenda nº 11, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, reduzindo as multas propostas no projeto para valores entre R\$ 2.000,00 e R\$ 10.000,00, no primeiro caso e entre R\$ 1.000,00 e R\$ 5.000,00, no segundo caso.

A Emenda nº 12, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, introduz modificação na redação do inciso VI do art 9º-A, retirando a cláusula de interregno máximo de 30 dias para a suspensão do tempo das emissoras de rádio e televisão, no caso de veiculação de propaganda irregular.

A Emenda nº 13, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, transforma a aplicação da pena de suspensão de atividades comerciais do estabelecimento que vender produtos de tabaco a menores de 18 anos do critério alternativo ou cumulativo para o critério apenas alternativo, impedindo a acumulação das penas com a prestação de trabalho social.

A Emenda nº 14, dos Deputados Francisco Coelho e Arnaldo Faria de Sá, limita o escopo de infratores definidos no projeto, retirando os dirigentes de empresas e os usuários de tabaco daqueles considerados apenáveis pela legislação.

É o relatório.





## II - VOTO DO RELATOR

O projeto de lei em tela, bem assim seus apensados, aborda matéria de alta relevância, qual seja o combate ao tabagismo pela imposição de limitações à publicidade de produtos fumígenos, através de modificações na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o diploma legal que atualmente regulamenta o uso e a propaganda do fumo, de bebidas alcóolicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas. À Comissão de Economia, Indústria e Comércio cabe proferir parecer que atente para o mérito econômico da questão, sem prejuízo das considerações pertinentes aos campos da saúde pública e das comunicações, ao encargo das respectivas comissões de mérito.

A restrição à propaganda de produtos fumígenos tem sido objeto de constante preocupação nesta Casa, em face do alto grau de persuasão da publicidade do tabaco para o público jovem, em particular aquelas veiculadas nos meios de comunicação audiovisual, que asseguram alcance muito mais elevado da mensagem publicitária. A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, já representou considerável avanço na direção da restrição à publicidade dos produtos fumígenos, estabelecendo normas quanto aos horários de sua veiculação comercial e aos princípios que devem regê-la nas emissoras de rádio e televisão, impondo a necessidade de explicitação dos malefícios à saúde decorrentes do uso continuado do tabaco e limitando a caracterização de patrocínio, tanto nos meios de comunicação audiovisual como na propaganda estática em estádios, veículos de competição e similares. Não obstante, várias iniciativas legislativas têm buscado ampliar tais restrições, como forma de desincentivar o consumo do fumo, especialmente entre aqueles ainda não iniciados e que podem vir a ser influenciados por elaboradas técnicas de publicidade.

O envolvimento mais direto do Ministério da Saúde no combate ao uso do fumo motivou a apresentação de iniciativa legislativa por parte do Poder Executivo, o Projeto de Lei nº 3.156, de 2000, dispondo sobre modificações mais restritivas na atual legislação, em função do reconhecimento por parte do Governo Federal de que as medidas preconizadas pela Lei 9.294/96 mostraram-se insuficientes para inibir o tabagismo.





As alterações sugeridas no projeto do Poder Executivo, como, de resto, na grande maioria das proposições em análise, vão na linha de estabelecer maior inibição à divulgação dos produtos fumígenos, seja pela limitação dos veículos autorizados a veicular a propaganda do fumo, seja pela imposição de penalidades mais severas. Com efeito, há três vertentes básicas de alterações à Lei 9.294/96. Primeiro, busca-se limitar o tipo de meio de comunicação que pode veicular as propagandas comerciais. Segundo, impõe-se a proibição aos patrocínios de eventos culturais e esportivos por parte de marcas ou fabricantes dos referidos produtos. Terceiro, busca-se tipificar mais precisamente as infrações e os infratores da legislação, bem como agravar as penalidades pelo descumprimento da mesma.

De uma maneira geral, a análise de mérito econômico da proposição deve levar em conta tanto os aspectos relativos à influência perniciosa do tabagismo sobre a produtividade laboral como os impactos de elevação nas despesas do serviço público de saúde. De outra parte, a restrição à propaganda do fumo, com conseqüente redução do consumo de tabaco, terá influência sobre uma importante cadeia produtiva agro-industrial, sobre uma significativa fonte de arrecadação de tributos e, ainda, sobre os serviços de propaganda e de radiodifusão. Secundariamente, deve-se avaliar os impactos negativos sobre os patrocínios de eventos culturais e esportivos, em particular sobre os festivais de música e de cinema, hoje fortemente financiados pelas indústrias que são objeto das restrições analisadas.

Do ponto de vista do custo-benefício, nos parece inquestionável o mérito da inibição à propaganda do fumo, sem considerar, liminarmente, os relevantes aspectos éticos envolvidos. De fato, trata-se de um problema de saúde pública, o que, por si só, impõe uma intervenção do Poder Público, independentemente dos interesses econômicos envolvidos. Não obstante, e ainda que concentrando-nos nos aspectos meramente econômicos, é lícito concluir que as vantagens de se atingir uma drástica redução no consumo do tabaco nas gerações futuras sobrepõem-se em muito às possíveis desvantagens setoriais daí decorrentes.

Com efeito, é público e notório que o tabagismo provoca graves doenças, de tratamento oneroso, como o enfisema pulmonar, a úlcera e o câncer. O País consome expressivos recursos anuais no tratamento dessas enfermidades pelo sistema público de saúde. O prejuízo privado também é considerável, em face da queda de produtividade laboral, das licenças de





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

trabalho e do absenteísmo. Vale ressaltar que os prejuízos à saúde causados pelo fumo são cumulativos e, assim, muitas dessas doenças ainda não se manifestaram e comporão um aumento de custos futuros para o setor público. Isto posto, é razoável que haja uma mobilização no sentido de se evitar a proliferação do hábito de fumar.

Por outro lado, o impacto negativo na arrecadação de impostos se dará a médio prazo, uma vez que não se espera que a restrição à propaganda possa ter efeito abrupto nos atuais consumidores de tabaco, mas naqueles novos consumidores que seriam atraídos por influência desta publicidade dirigida. Ademais, a tributação do fumo, tecnicamente, é elevada, justamente por se tratar de produto com demanda inelástica e que deve ter desincentivado seu consumo pelo próprio tributo, gerando arrecadação suficiente para cobrir, em parte, o aumento dos gastos com a saúde pública. Nesse sentido, se o governo for deficitário em relação ao problema, a tributação elevada nada mais é que um atenuante para o citado prejuízo aos cofres públicos, decorrente do ônus com o tratamento das enfermidades provocadas pelo tabagismo.

No que tange aos problemas setoriais envolvidos, trata-se de mais um caso em que um eventual prejuízo localizado vem em benefício do interesse coletivo. As externalidades negativas causadas pelo fumo afetam todos os setores da economia, que terão ganhos com a redução do consumo dos produtos fumígenos, em detrimento exclusivo das indústrias envolvidas na sua fabricação, o que é perfeitamente justificável do ponto de vista econômico. Ademais, não se está proibindo o consumo do tabaco, mas apenas intervindo para evitar que novos consumidores possam ser atraídos.

Por estas razões, entendemos que o espírito que norteia a maioria das propostas vem ao encontro das aspirações da sociedade brasileira e segue uma tendência internacional de combate ao tabagismo, que vem ganhando corpo a partir das recentes descobertas científicas sobre os males causados à população usuária destes produtos.

Não obstante, entendemos serem necessárias algumas modificações no projeto original, seguindo, outrossim, a linha básica do projeto apresentado pelo Poder Executivo, mas acatando algumas valiosas contribuições de emendas apresentadas e de alguns do projetos apensados, razão pela qual optamos pela apresentação de um substitutivo, que ora justificamos.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

No art. 3º da Lei 9.294/96, o substitutivo introduz modificação menos rigorosa do que aquelas propostas pelo Poder Executivo e pelos PL's 3.310/97, 112/99, 3.990/97, 1.482/99, 2.635/00 e 2.734/00. De fato, entendemos que a proibição de propagandas comerciais dos produtos fumígenos nas emissoras de rádio e televisão, restringido-as àquelas realizadas por meio de pôsteres, painéis e cartazes internos só deva ocorrer a partir de dois anos da data de publicação da lei, com a criação, todavia, de uma transição durante a qual os horários permitidos para o início da veiculação de comerciais radiotelevisivos sejam progressivamente adiantados em uma hora a cada ano, passando das atuais vinte e uma horas para vinte e duas e vinte e três horas no primeiro e no segundo ano, respectivamente, até sua efetiva proibição. Tal calendário suavizará o impacto da medida sobre contratos já firmados sem perder o espírito central que a norteia, qual seja, o de evitar a propaganda do fumo em ambiente doméstico, em proteção especial às crianças e aos adolescentes. Além disso, entendemos que, durante o período de transição, esse tipo de propaganda possa ser feita nas páginas internas de jornais ou revistas voltadas, majoritariamente, para o público adulto. Neste sentido, acatamos, em espírito, as emendas nº 2, 3, 6 e 7 apresentadas ao PL 3.156/00, do Poder Executivo.

Vale ressaltar que o substitutivo preserva o disposto nos §§ 1º e 2º do art. 3º da Lei 9.294/96, que estabelecem princípios para nortear a propaganda comercial dos produtos fumígenos, os quais permanecerão válidos para as propagandas radiotelevisivas realizadas no citado período de transição.

O substitutivo, atendendo ao disposto no projeto do Poder Executivo, proíbe, ainda, a propaganda, a venda e a distribuição de amostras grátis e de brindes de produtos de tabaco pelo correio e, no mesmo espírito, impede a realização de visitas promocionais e a distribuição de produtos de tabaco em estabelecimentos, locais e ambientes públicos, objetivando dificultar o acesso dos produtos fumígenos ao público jovem.

O projeto de lei do Poder Executivo, bem como os PL's 1.482/99, 2.635/00 e 2.734/00, sugere alteração no art. 5º da Lei 9.294/96, tornando proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes de produtos fumígenos. No substitutivo, entendemos que tal proibição só deva entrar em vigor após período de transição de dois anos, tendo em vista que muitos eventos culturais e esportivos de suma importância são agendados e organizados com antecedência e envolvem relações contratuais que seriam inviabilizadas diante de uma interrupção abrupta





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

de suas fontes de patrocínio. O período de transição sugerido seria suficiente para que se pudesse promover alterações de patrocinadores, evitando que as correspondentes atividades culturais e esportivas, de interesse da população, tivessem que ser necessariamente canceladas.

Optamos, ainda, por acatar as modificações sugeridas pelo Poder Executivo no art. 9º da Lei 9.294/96, que trata das penalidades e infrações, consistindo no aumento dos valores das multas a serem aplicadas e na inclusão da pena de suspensão diária, até o máximo de trinta dias, da programação das emissoras de rádio e televisão, por tempo igual ao de duração da propaganda irregular, no mesmo horário em que foi veiculada. Entendemos que esta última medida cria o necessário incentivo para que as emissoras se auto-regulem, uma vez que a imposição da suspensão lhes causará prejuízo equivalente aos ganhos auferidos com a venda do horário comercial. Por essa razão, incluimos, ainda, a obrigatoriedade de que a suspensão se dê não só no mesmo horário, mas também no mesmo dia da semana em que foram veiculadas as propagandas consideradas irregulares, acatando, parcialmente, a emenda nº 12 ao projeto do Poder Executivo. Ademais, o substitutivo também inclui a obrigatoriedade de que, durante a suspensão, o tempo de propaganda deva ser substituído por mensagem explícita informando aos telespectadores o motivo da penalização à emissora.

A proposta do Poder Executivo contém, também, melhor definição daqueles que a legislação enquadra como infratores. Em relação à Lei nº 9.294/96, aumenta a abrangência do enquadramento, que passa a incluir os estabelecimentos comerciais e industriais, os dirigentes das empresas de aviação, os dirigentes das empresas de transporte coletivo, os dirigentes das entidades e órgãos públicos, os usuários de tabaco e seus derivados, os fabricantes do produto, bem como os responsáveis pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado. Este dispositivo nos parece pertinente e optamos por sua adoção no substitutivo. De fato, a ampliação do escopo dos considerados legalmente infratores age no sentido de se criar maior responsabilidade coletiva em torno do cumprimento da lei, nas diversas etapas em que isso se faça necessário.

Outro avanço, também incorporado no substitutivo, é a clara definição dos órgãos e autoridades responsáveis pela aplicação das penalidades, uma lacuna da Lei 9.294/96. A remissão às competências é imprescindível, não





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

só para estabelecer a responsabilidade administrativa pela imposição das penalidades, como para dar legitimidade aos atos havidos com tal propósito.

Finalmente, o Substitutivo incorpora dispositivo do projeto do Poder Executivo que criminaliza a venda de produtos de tabaco a menores de dezoito anos, estabelecendo pena de prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público, de seis meses a três anos, caracterizando, efetivamente, a preocupação do legislador em privar os menores de idade do acesso aos produtos fumígenos.

Isto posto, **votamos** pela aprovação dos Projetos de Lei nº 3.310, de 1997 e de seus apensados, os Projetos de Lei 3.990/97, 4.144/98, 844/99, 2.734/00 e 3.156/00, bem como das emendas de nº 2, 3, 6, 7 e 12 a este último apresentadas, tudo na forma do Substitutivo anexo; e pela rejeição das emendas nº 1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 13 e 14 ao Projeto de Lei nº 3156/00, bem como dos Projetos de Lei 3.381/97, 112/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/00, 2.635/00 e 2.956/00.

Sala da Comissão, em 27 de junho de 2000 .

  
Deputado **JOÃO SAMPAIO**  
Relator

007732.00114





CÂMARA DOS DEPUTADOS

## COMISSÃO DE ECONOMIA, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

### **SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.310, DE 1997 (Apensados PL's 3.381/97, 3.990/97, 4.144/98, 112/99, 844/99, 1.482/99, 1.600/99, 1.979/99, 2.344/99, 2.635/00, 2.734/00, 2.956/00 e 3.156/00)**

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, proibindo a publicidade de produtos fumígenos nos meios de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

O Congresso Nacional decreta:

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

“ Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada:

- I - por intermédio de pôsteres, painéis e cartazes internos;
- II – pelo prazo máximo de dois anos, contados da data de publicação da lei:





- a) na programação de emissoras de rádio e televisão, no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas, no primeiro ano, e entre vinte e três e seis horas, no segundo ano de vigência da lei,
- b) nas páginas internas de jornais ou revistas, direcionados majoritariamente para o público adulto.

.....

§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis e cartazes, as programações televisuais e as páginas de jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no “caput” deste artigo, conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.”

“Art. 3º-A É proibida a propaganda, a venda e a distribuição de amostra grátis e brindes de produto de tabaco, pelo correio.”

“Art.3º-B São proibidas a realização de visitas promocionais e a distribuição de produtos de tabaco, em estabelecimentos, locais e ambientes públicos.”

“Art. 5º Fica proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes de produtos referidos no art. 2º, após o prazo de dois anos contados da data de publicação desta lei.

§ 1º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos mencionados no “caput”, 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 As restrições do parágrafo anterior aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.”

“Art.9º.....  
.....

V – multa de:

7





- a) R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), para os responsáveis pela fabricação do produto, pelos periódicos, pelas empresas de aviação, pelas empresas de transporte coletivo, pelas agências de publicidade e pelas emissoras de rádio e televisão;
- b) R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), nos demais casos, cobradas em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência;

VI – suspensão diária, até o máximo de trinta dias, da programação das emissoras de rádio e televisão, por tempo igual ao de duração da propaganda, no mesmo horário e dia da semana em que foi veiculada.

.....

§ 3º Consideram-se infratores, para os efeitos desta Lei, os estabelecimentos comerciais e industriais, os dirigentes das empresas de aviação, os dirigentes das empresas de transporte coletivo, os dirigentes das entidades e órgãos públicos, os usuários de tabaco e seus derivados, os fabricantes do produto, os responsáveis pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

§ 4º Durante a suspensão de que trata o inciso VI, o tempo de propaganda deverá ser substituído por mensagem explícita informando aos telespectadores o motivo da suspensão.

§ 5º As penalidades previstas neste artigo, em decorrência do disposto no inciso IV, alínea "b", do art. 18 da Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990, serão aplicadas pelas autoridades sanitárias dos municípios, na forma e sem prejuízo, no que couber, do disposto no inciso XXIX do art. 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvadas as de competência exclusiva:

I – do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior das aeronaves;





II – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive as aplicáveis às agências de publicidade, reponsáveis por propaganda de âmbito nacional;

III – do órgão do Ministério das Comunicações, reponsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV – do órgão de regulamentação do Ministério dos Transportes, em relação às infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. “ (NR)

“ Art. 9º-A Constitui crime vender produtos de tabaco a menores de dezoito anos.

Pena – Prestação de trabalho social, comunitário ou de interesse público, de seis meses a três anos

Parágrafo único. Alternativa ou cumulativamente, o juiz poderá aplicar a pena de suspensão da atividade comercial, por período não inferior a seis meses.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 27 de junho de 2000 .

  
Deputado JOÃO SAMPAIO  
Relator