



CÂMARA DOS DEPUTADOS

***PROJETO DE LEI N.º 3.005, DE 2022** **(Da Sra. Flávia Moraes)**

Altera a Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, para restringir a exibição de cigarros e demais produtos fumíferos em programas transmitidos por emissoras de televisão de sinal aberto.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

CULTURA;

COMUNICAÇÃO; E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

(*) Atualizado em 24/03/2023 em virtude de novo despacho.

PROJETO DE LEI N.º , **DE 2022**
(Da Sra. Flávia Moraes)

Altera a Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, para restringir a exibição de cigarros e demais produtos fumíferos em programas transmitidos por emissoras de televisão de sinal aberto.

Apresentação: 14/12/2022 18:38:36.390 - Mesa

PL n.3005/2022

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º. Esta Lei altera a redação da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, a fim de proibir a veiculação, pelas emissoras de televisão de sinal aberto, de imagens de pessoas utilizando produtos fumíferos, derivados ou não do tabaco.

Art. 2.º. O art. 3.º-A. da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3.º-A.

.....

X – a exibição de imagens de pessoas fazendo uso desses mesmos produtos em programas televisivos nacionais de caráter artístico, informativo, esportivo, cultural, de entretenimento ou assemelhados, veiculados em qualquer horário, nas emissoras educativas, comerciais, comunitárias, públicas ou privadas, de sinal aberto.

.....

§ 3.º A vedação do inciso X deste artigo abrange qualquer obra audiovisual ou videofonográfica de produção independente ou não, de curta, média ou longa metragem, seriada ou telefilme, de alcance local, regional ou nacional.



§ 4.º No caso de produções cinematográficas nas quais haja uso de produtos fumíferos, produzidas no País ou no exterior, a emissora de radiodifusão de sons e imagens responsável pela veiculação fica obrigada a inserir, no início e no final da transmissão, mensagem de advertência, nos termos do § 1.º do art. 3.º–C. (NR)”

Art. 3.º. O art. 9.º da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 9.º.

I -
.....

VIII - no caso de violação do disposto no inciso X do Art. 3.º-A, suspensão da programação da emissora de televisão, pelo tempo de cinco minutos, por cada minuto ou fração de duração do conteúdo em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. (NR)”

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

JUSTIFICAÇÃO

Dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) apontam que o hábito do tabagismo é responsável por mais de oito milhões de mortes por ano em todo o mundo. No caso específico do Brasil, mais de 160 mil óbitos ao ano são atribuíveis ao consumo de produtos fumíferos. Estima-se, portanto, que cerca de 443 mortes por dia estejam associadas ao consumo de produtos derivados do tabaco.

Apesar desses números preocupantes, o Brasil tem obtido avanços no combate ao tabagismo. Os levantamentos da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) têm mostrado a redução gradativa da população que ainda faz uso de produtos derivados do tabaco. Em 2013, estimava-se que os fumantes representavam 14,9% da população. Esse número, em levantamento de 2019, diminuiu 2,1 pontos percentuais, chegando a 12,8%. Podemos atribuir essa tendência de queda à implementação de várias medidas de controle do tabaco,

* C D 2 2 7 1 5 6 7 3 0 8 0 0 *



como, por exemplo, legislação restringindo o uso, comercialização e publicidade de produtos fumíferos, campanhas antitabagistas e programas, inclusive no âmbito do Sistema Único de Saúde, para cessação do hábito de fumar.

O presente Projeto de Lei tem a intenção de ser mais uma contribuição para o êxito das políticas públicas voltadas a coibir a propaganda e a difusão do hábito de fumar. Embora a legislação seja rigorosa com propagandas e anúncios que tenham o cigarro e assemelhados como objeto de campanha publicitária, não há qualquer menção a formas que poderíamos chamar “veladas” de promoção do tabagismo. Refiro-me particularmente à exibição de imagens em novelas, minisséries e *reality shows*, nos quais os artistas ou participantes fumam ostensivamente, sem que haja sequer uma advertência quanto aos riscos e danos associados ao tabagismo.

Ao que tudo indica a promoção do hábito de fumar por essa via oblíqua vem ganhando força nos últimos anos. Não faz muito tempo, o telespectador raríssimas vezes era exposto a imagens de cigarros, charutos ou cachimbos nas novelas e séries que acompanhava. Embora não haja dados objetivamente coletados sobre a frequência dessas exposições nas emissoras nacionais, creio que todos os que assistem frequentemente aos programas televisivos já perceberam o gradual retorno de personagens que facilmente se podem identificar pelo consumo de cigarros.

Por essa razão, creio que precisamos avançar nas ações de combate ao tabagismo e adotar medidas legislativas que coíbam o incentivo ao hábito de fumar, ainda que esse incentivo não se apresente sob a forma explícita da propaganda comercial.

Ante o exposto, solicito o apoio dos nobres Pares para a aprovação da presente matéria.

Sala das Sessões, em de dezembro de 2022.

Deputada FLÁVIA MORAIS



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

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

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

.....

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. [*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*](#)

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

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

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

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

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)*](#)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

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

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa. [*\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)*](#)

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

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo

variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IX - a venda a menores de dezoito anos. [\(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

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

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

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

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

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

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

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

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

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

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

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

VIII - "fumar causa impotência sexual".

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

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

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

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

Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008\)](#)

Art. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2º e 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou "slogan" do produto, sem recomendação do seu consumo.

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

§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

.....

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: [“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

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

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

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

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

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. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. [\(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 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. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

§ 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. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

§ 5º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. [\(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobim

Arlindo Porto

Adib Jatene

FIM DO DOCUMENTO
