



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2012
(Do Sr. Romero Rodrigues)

Dá nova redação ao parágrafo único do art. 3º da Lei no 9.294, de 15 de julho de 1996, que “dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas”.

O Congresso Nacional decreta:

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

“Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumífero, derivado ou não do tabaco, inclusive a utilização de sabores artificiais ou quaisquer expedientes que estimulem o consumo, e, ainda, a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, com exceção da tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo, acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo.”

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



JUSTIFICAÇÃO

A luta contra o tabagismo tem alcançado relevantes avanços nos últimos anos em todo o território nacional. Uma das grandes conquistas foi a aprovação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que estabeleceu importantes restrições ao uso não apenas do tabaco, mas também para o consumo de bebidas alcoólicas.

À época de sua aprovação, constituiu-se num importante passo no combate a um dos males maiores à saúde de toda a humanidade, o tabagismo. Todavia, o tempo mostrou que eram insuficientes as regras até então adotadas, e muitas alterações foram aprovadas, aperfeiçoando esta Lei que disciplina o uso e a propaganda dos produtos fumíferos.

Recentemente, com a aprovação Lei nº 12.546, de 14 de dezembro, de 2011, houve significativos avanços no combate ao tabagismo. Primeiro pela proibição total de uso em recintos fechados. Medida que acabou com os famosos fumódromos, conforme disposto na nova redação do Art. 2º da Lei 9.294/96.

Segundo, pela proibição da propaganda comercial de qualquer produto fumífero. Trata-se de uma medida altamente relevante, todavia a vitória dos que lutam contra o tabagismo só não foi maior, porque foi aberta exceção a esta vedação, permitindo a exposição de tais produtos nos locais de venda.

Desconsideraram-se, na oportunidade, os sérios riscos, especialmente para crianças e jovens, da influência da exposição de cigarros e afins junto de doces, balas, chicletes e outras guloseimas ou, ainda, próxima a qualquer produto que vincule consumo de cigarro com algo que seja prazeroso.



Esta constatação está sustentada em pesquisas, sendo que uma delas - encomendada pela Aliança de Controle do Tabagismo - ACTbr - investigou a percepção dos jovens sobre a publicidade nos pontos de venda. Destacamos algumas de suas conclusões:

- a maioria dos estabelecimentos de São Paulo que comercializa cigarros possui, num raio de até um quilômetro, alguma escola de nível fundamental ou médio próxima, e mais de um terço tem faculdade nas proximidades;

- em 84% dos estabelecimentos, os cigarros são visíveis para as crianças;

- em 83% dos estabelecimentos, os cigarros ficam próximos de balas, chocolates ou doces;

- 74% dos entrevistados acham que a exposição aos cigarros influencia a iniciação de crianças e adolescentes ao tabagismo.

- 71% de jovens entre 12 e 14 anos acham que pessoas de sua idade podem sentir vontade de fumar ao ver os cigarros expostos em locais de venda; entre os que têm de 15 a 17 anos este percentual é de 68%; e

- 40% dos representantes dos estabelecimentos admitem receber algum incentivo dos fabricantes para a venda dos cigarros.

Estes aspectos são relevantes, especialmente quando se sabe que a grande estratégia da indústria tabagista é a de alcançar os mais jovens.

Em todo esse processo, pode se afirmar que todas as análises apontam que as medidas até o momento



adotadas contribuíram para a redução do uso. O consumo oficial aparente de cigarros per capita reduziu em 65% entre 1980 e 2010. Segundo estudo do Inca, a tendência de queda iniciou-se no final da década de 90. Em 2010, o Brasil registrou o menor consumo de cigarros per capita (682 unidades) de todo o período.

É certo, portanto, que o número de fumantes entre os adultos vem caindo nas últimas décadas. Por outro lado, mudanças de estratégias da indústria do fumo, como as acima referidas e a do lançamento de cigarros com sabor de menta e chocolate, contribuíram para atrair o público jovem.

A Organização Mundial da Saúde adverte que esses aditivos aromatizados aumentam o potencial tóxico do cigarro. As substâncias já são proibidas nos Estados Unidos e no Canadá. Essa medida está prevista na Convenção para o Controle do Tabaco, um compromisso assinado por 173 países, dentre eles o Brasil.

Tudo indica, portanto, que, se pretendemos continuar tendo sucesso na luta contra o tabaco e seus inúmeros males, devemos aperfeiçoar ainda mais as normas legais que disciplinam a material.

Essas foram as principais razões que nos levaram a apresentar esta Proposição, que impede o estímulo ao consumo e impõe mais restrições à propaganda de produtos fumíferos, inclusive nos locais onde são comercializados, visto que são frequentados não apenas por fumantes.

Cabe lembrar que o Estado de São Paulo aprovou recentemente projeto de lei semelhante ao nosso. Todavia, a proposição sofreu veto do Governador, sob o argumento de que seria inconstitucional, por se tratar de tema de competência privativa da União, cuja matéria já teria sido regulada pela Lei Federal 9.294/1996.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Nas cidades de São José dos Campos (SP) e Cornélio Procopio (PR), projetos semelhantes foram aprovados e tornaram-se leis. Contudo, em ambos os casos, as leis estão suspensas por liminares judiciais cujos fundamentos se assemelham aos do veto do governador paulista.

Essa situação conflituosa, que pode se prolongar por anos, reforça a necessidade de que aprovemos uma lei federal, que discipline a matéria para todo o território nacional. Há que se frisar que entendemos que as regras proibitivas não devem ser um único instrumento na luta contra o tabagismo. É fundamental que as autoridades sanitárias persistam com campanhas educativas e estimuladoras de mudança de hábitos e exerça em sua plenitude o seu papel fiscalizador.

Pelo exposto e pela relevância da matéria, conclamamos os ilustres pares a apoiar este Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de março de 2012

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB