



Assembleia Legislativa

Ao Presidente da Comissão de
Defesa do Consumidor
p.ra os devidos fins.

Em 23 / 10 / 12

Conceição

Conceição de Maria Lages Rodrigues
Chefe do Núcleo Comissões Técnicas

Ao Plínio Rozas Jr.
Para Relatar.

Em, 23 / 10 / 12

Plínio Rozas Jr.
Presidente da Comissão de
Defesa do Consumidor



ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PIAUÍ
COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DO MEIO AMBIENTE

Processo: AL 1123/12

Projeto de Lei nº 150/12, de 21.08.2012

Assunto: *Institui a política de prevenção ao tabagismo*

Autor: Deputado Mauro Tapety (PMDB)

Relator: Deputado Flávio Nogueira Júnior (PDT)

**Parecer da Comissão de Defesa do Consumidor e Meio Ambiente ao
Projeto de Lei nº 150/2012**

I – RELATÓRIO

Em cumprimento ao que determina o artigo 34, VI, “a” e 141, I ambos do Regimento Interno desta Casa Legislativa, foi submetido à apreciação da Comissão de Defesa do Consumidor e Meio Ambiente o Projeto de Lei nº 150 de 2012 de autoria do Deputado Estadual Mauro Tapety, contido no Processo AL nº 1123/12 que trata de instituir a política de prevenção ao tabagismo, tendo como relator nessa Comissão o Deputado Flávio Nogueira Júnior, presidente da Comissão. O conteúdo do projeto tem por fim proibir a venda do cigarro abaixo do preço mínimo estipulado pelo Governo Federal, tornado obrigatória a afixação da tabela de preços em local de ampla visibilidade, em que conste além dos preços dos produtos o preço mínimo de forma destacada. Ademais, reforça a proibição já contida em Lei Federal quando à venda de produtos derivados do tabaco a menor de 18 anos, bem como as sanções cabíveis. Reafirma a proibição da propaganda comercial dos produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, nos pontos de venda, regulamentado por Lei Federal e permite a exposição

dos referidos produtos nos pontos de venda, como: farmácias, padarias, bancas de revista, lanchonetes, bares, lojas de conveniência e estabelecimentos que comercializam produtos fumígenos.

Em justificativa o nobre parlamentar relata que a presente proposição tem por objetivo proteger a população das mazelas causadas pelos produtos derivados do tabaco em todos os níveis. Frisa ainda ser assunto bastante complexo, de saúde pública, que deve ser regulado com responsabilidade, com uma legislação que iniba a oferta, demanda e consumo destes produtos, ao mesmo tempo em que conscientize a população sobre os riscos de fumar e por conta disto vislumbra ser importante um reforço de lei estadual a fim de que se institua uma política robusta de combate e controle ao tabagismo.

Ora, o que se almeja nessa Comissão é defender os interesses do consumidor, mais ainda, o que se vê aqui é uma questão de saúde pública, como bem disse o autor do Projeto em questão. E, ainda, por a **Constituição Federal** estabelecer competência concorrente da União, Estados e Distrito Federal para legislar sobre produção e consumo, responsabilidade por dano ao consumidor e proteção e defesa da saúde **(artigo 24, incisos V, VIII e XII) é que não se vislumbra no projeto em tê-la tal fim.**

É o RELATÓRIO

II - ANÁLISE E FUNDAMENTAÇÃO:

Nos termos do **artigo 196 da Constituição Federal**, 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 sua promoção, proteção e recuperação.

Neste sentido, entende-se que a permissão à exposição dos produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, nos pontos de venda, sendo estes geralmente posicionados próximos aos caixas, chamam atenção dos clientes, especialmente dos jovens. Os cigarros, posicionados junto

aos caixas, local privilegiado e de grande visibilidade, ficam lado a lado com produtos de grande apelo ao público jovem, como balas, chicletes e chocolates, despertando o consumo ou até mesmo o aumento deste consumo.

Sabe-se que a restrição à propaganda de cigarros, a partir de 2000, resultou num aumento explosivo no número de pontos de venda com exposição direta do produto.

É certo que este produto a qual o projeto especifica é um produto lícito, mas sua exposição direta através displays luminosos, bem como o merchandising feito para cigarros que garante o melhor posicionamento perante a visão do consumidor nos *check outs*, com *displays* glamorosos, mensagens fáceis, embalagens sensacionais e uma forte associação com as categorias de doces, balas e outras guloseimas foi comprovado, bem como noticiou a pesquisa de agosto de 2010 realizada em 160 municípios, também disponível no sítio <http://www.actbr.org.br/tabagismo/jovens.asp>, que investigou as opiniões da população brasileira sobre a exposição dos cigarros nos pontos de venda e sua influência na compra, onde a maioria dos brasileiros concordou com uma opinião de que nos pontos de venda os cigarros devem ficar escondidos da visão do público em geral. Mesmo entre os fumantes esta posição tem adesão da maioria, 74% dos entrevistados acreditam que uma exposição das marcas de cigarros nos pontos de venda influencia Crianças e Adolescentes a começarem a fumar e 66% acreditam que influencia os adultos a comprarem cigarros. O Brasil é signatário da Convenção da Organização Mundial da Saúde para Controle do Tabaco e diversos diplomas legais têm sido editados no país no propósito de coibir o consumo de cigarros e assemelhados, como a **Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999**, que determina a regulamentação, o controle e a fiscalização dos produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública, dentre outras.

Em pesquisa desenvolvida na cidade de São Paulo pelo Instituto de **Pesquisa DATAFOLHA**, encomendada pela **Aliança de Controle do Tabagismo**, disponível no endereço eletrônico

<http://actbr.org.br/biblioteca/pesquisas.asp>, retratou-se a forte influência que os pontos de venda representam no hábito de fumar.

Dos estabelecimentos consultados (padarias, bares, lanchonetes e bancas), **84%** ficam próximos de escolas de nível fundamental ou médio e 38% ficam próximos de faculdades.

No Estado do Piauí esta realidade não é diferente. É comum encontrarmos cigarros em bancas de revistas, padarias, lanchonetes, bares, além de estes produtos ganharem destaque expostos em displays, geralmente próximo ao caixa, por onde todos os frequentadores transitam.

A visibilidade dos cigarros para crianças é acentuada nos estabelecimentos que possuem escola perto. A exposição de cigarros para crianças é facilitada pela proximidade do produto com guloseimas, tais como balas, chocolates, doces e salgadinhos. Canetas, lápis e brinquedos algumas vezes também são expostos próximos aos cigarros. A proximidade com revistas, jornais ou livros, inclusive os de interesse de crianças e adolescentes, é característica das Bancas.

Outra **pesquisa de agosto de 2010 realizada em 160 municípios**, também disponível no sítio supracitado, investigou as opiniões da população brasileira sobre a exposição dos cigarros nos pontos de venda e sua influência na compra. Segundo o levantamento, a maioria dos brasileiros concorda com a opinião de que nos pontos de venda os cigarros devem ficar escondidos da visão do público em geral. Mesmo entre os fumantes esta posição tem adesão da maioria.

74% dos entrevistados acreditam que a exposição das marcas de cigarros nos pontos de venda influencia crianças e adolescentes a começarem a fumar e 66% acreditam que influencia os adultos a comprarem cigarros.

Segundo o Instituto Nacional de Câncer – INCA, o total de mortes devido ao uso do tabaco atingiu a cifra de 4,9 milhões de mortes anuais, o que corresponde a mais de **10 mil mortes por dia**. Caso as atuais tendências de expansão do seu consumo sejam mantidas, esses números aumentarão para 10 milhões de mortes anuais por volta do

ano 2030, sendo metade delas em indivíduos em idade produtiva (entre 35 e 69 anos). No Brasil, o tabagismo está relacionado a 30% dos casos fatais de câncer.

Em março do corrente ano, o Poder executivo Estadual sancionou a Lei 6. 198/2012 que proíbe a exposição direta das embalagens de cigarros nos pontos de venda, onde destaca ser proibida a vendas destes produtos para menores além de solicitar no ato da compra a identidade do comprador.

Ademais, insta salientar que trata-se de relação de consumo, amparada pela Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990 e regulamentada pelo Decreto 6.523 de 31 de julho de 2008. Observa-se ainda que o Projeto em análise já foi apreciado pela Comissão de Constituição e Justiça, tendo relatório e voto favorável ante a sua constitucionalidade.

Ademais, tendo em vista que a proposta constante no Projeto de Lei de que trata a matéria está, em parte, a luz do CDC, sugere-se uma emenda substitutiva, conforme art 116, § 3º do Regime Interno desta Casa de Leis, da seguinte forma:

Redação Original (Dep. Mauro Tapety) “Artigo 3º (...) § 1º Fica permitida a exposição dos referidos produtos nos pontos de vendas, em conformidade com a Lei Federal nº 12.546 de 14 de dezembro de 2011.	Emenda Substitutiva Dep. Flávio Nogueira Júnior – REDAÇÃO MODIFICADA “Artigo 3º (...) § 1º Fica proibida a exposição dos referidos produtos nos pontos de vendas em todo o Estado do Piauí, em conformidade com a Lei Estadual 6. 198 de 19 de março de 2012. I - a exposição direta é aquela que causa impacto visual, geralmente dispondo produtos próximos ao caixa, à porta, por onde todos os frequentadores transitam.
---	---

A Lei Federal nº 12.546 dispõe que:

“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."

Todavia, a Constituição Federal é clara ao dispor que a competência é concorrente da União, Estados e Distrito Federal para legislar sobre produção e consumo, responsabilidade por dano ao consumidor e proteção e defesa da saúde **(artigo 24, incisos V, VIII e XII)** é que **não se vislumbra no projeto em tê-la tal fim. Além de que o art. 196 da Carta Maior enfatizar ser a saúde um direito de todos e um dever do Estado, garantindo mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doenças.**

Como se vê a própria ementa do Projeto em análise visa instituir uma política de prevenção ao tabagismo, todavia permite a exposição dos produtos nos pontos de venda e o que se pretende com a emenda substitutiva proposta alhures é que tal exposição não seja direta.

É o que tínhamos a fundamentar, passamos ao voto.

III- VOTO DO RELATOR

Após análise do mérito do Processo AL nº 150/12 que foi submetida à apreciação desta Comissão Permanente, o Deputado designado para funcionar na Relatoria **vota pela aprovação da matéria**, desde que acatado a emenda Substitutiva elencadas no Relatório deste parecer.

Sala das Comissões, 29 de outubro de 2012.

Flávio Nogueira Jr.

APROVADO *Flávio Nogueira Júnior*
em, 04 / 12 / 2012 Presidente da Comissão

Presidente da Comissão de
Defesa do Consumidor

Flávio Nogueira Jr.

[Assinatura]

[Assinatura]