



Excelentíssimo Senhor Promotor de Justiça Coordenador da Promotoria de Justiça do Consumidor do Ministério Público da Capital do Estado de São Paulo

DA PROIBIÇÃO LEGAL E REGULAMENTAR
DAS INFRAÇÕES
REQUERIMENTOS

A **ASSOCIAÇÃO MUNDIAL ANTITABAGISMO E ANTIALCOOLISMO - AMATA**, criada em 10 de abril de 2005 para a função institucional de combater o tabagismo enquanto elevado à categoria de doença pela Organização Mundial da Saúde, (...), vem, respeitosamente, apresentar a presente REPRESENTAÇÃO contra a empresa **BRITISH AMERICAN TOBACCO BRASIL (BAT Brasil)**, atual denominação da SOUZA CRUZ S.A., (...), pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

DA PROIBIÇÃO LEGAL E REGULAMENTAR

Com a edição da Lei nº 12.546/2011, a propaganda comercial de cigarros tornou-se proibida no Brasil, à exceção da exibição dos produtos nos locais de venda, dando nova disposição à Lei nº 9.294/96, que regula a matéria:

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.



A Segunda Promotoria de Justiça do Consumidor desse R. MPSP, nos autos do **Inquérito Civil que levou o nº 1020/2013**, em **22/04/2014** firmou um *Termo de Ajustamento de Conduta – TAC*, de nº 51.161.1020/2013-4, com as tabaqueiras brasileiras, também disponível para consulta em http://www.amata.ws/peticoes/ata_tac.pdf, que previa a obrigação de se absterem de exibir nos locais de venda, de todo o território nacional, pôsteres, painéis e cartazes de propaganda comercial das marcas de cigarros que comercializam:

CLÁUSULA QUARTA. *O descumprimento de quaisquer das obrigações previstas neste Termo ensejará o pagamento de multa no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), por evento e na forma disciplinada nos parágrafos primeiro e segundo abaixo.*

O Ajustamento de Conduta previu também, em sua cláusula terceira, que publicada a nova regulamentação do art. 3º da Lei 9.294/96, o seu teor prevaleceria sobre referido TAC.

O Decreto, nº 8.262, de 31 de maio de 2014, que regulamentou a Lei nº 12.546/2011, dispôs:

“Art. 7º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, narguilé ou outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, observado o seguinte:

I - a exposição dos produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, nos locais de venda somente poderá ocorrer por meio do acondicionamento das embalagens dos produtos em mostruários ou expositores afixados na parte interna do local de venda; (grifamos)

II - o expositor ou mostruário conterà as seguintes advertências sanitárias:

a) advertência escrita sobre os malefícios do fumo, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa;

b) imagens ou figuras que ilustrem o sentido das mensagens de advertência referidas na alínea “a”; e

c) outras mensagens sanitárias e a proibição da venda a menor de dezoito anos;



III - as frases, imagens e mensagens sanitárias previstas no inciso II ocuparão vinte por cento da área de cada uma das faces dos mostruários ou expositores que estejam visíveis ao público; e

IV - o expositor ou mostruário conterá, ainda, a tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI vigente.” (NR)

Como se observa, não apenas é proibida a propaganda em pontos de venda, como **só é permitida a exposição dos produtos** (à venda).

Como assinalou a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa nas Considerações Finais de seu Parecer às fls. 244 e ss; dos autos do Inquérito acima referido: *meros ‘mocapes’ de embalagens vazias não representam as embalagens do produto.*

Em resumo, **propaganda de cigarro é proibida, sem qualquer exceção**, ressalvada a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas - *não como propaganda* -, caso contrário estar-se-á violando a regra geral.

DAS INFRAÇÕES

No início da nova legislação, a indústria do tabaco quase cumpriu as suas disposições, embora ainda exibindo os maços de cigarro como uma peça publicitária:



Padaria na zona sul de São Paulo, em 2014

Bastaria deixar seus produtos expostos dentro de um vidro transparente.



Ou seja, a indústria possui a faca e o queijo na mão. Pode, de acordo com a atual legislação, continuar vendendo seus produtos - que organismos internacionais e a OMS indicam diminuir a expectativa de vida dos seus usuários no mundo, em média, em 10 anos, além de ser a causa de 8 milhões de mortes anuais – e ainda expor esses produtos nos pontos de venda, para adultos e crianças.

Contudo, não contente com isso, a representada viola a proibição de propaganda.

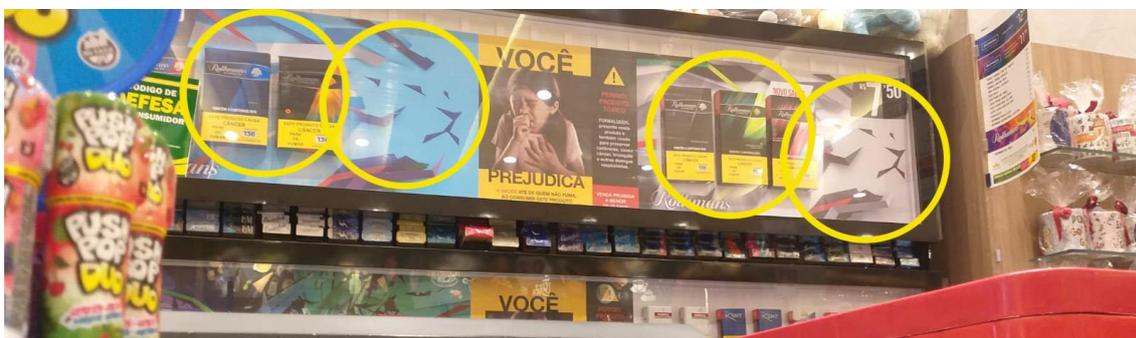
Veja-se que há pouco tempo a representada descumpriu até mesmo a proibição da propaganda escrita:



Loja de Conveniência de posto de gasolina na Av Tancredo Neves, em São Paulo, em 04/10/2018.

Algumas dessas ocorrências resultam de um contrato, de até 3 anos, entre a tabaqueira, que instala a vitrine e expõe os maços da sua marca, e o estabelecimento comercial, para impulsionar a venda de cigarros.

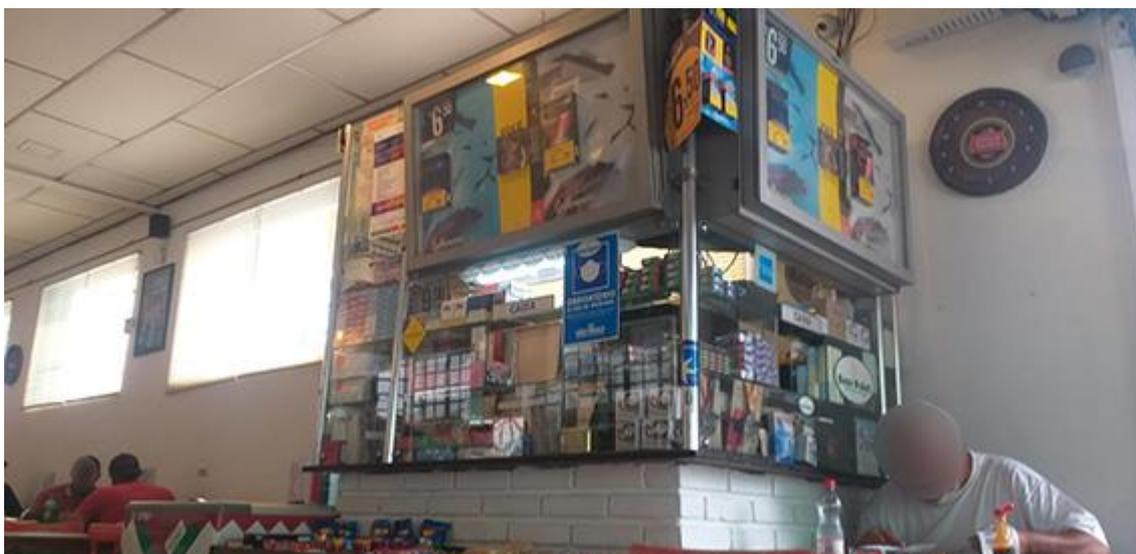
É o que ocorre agora na cidade de São Paulo, e quiçá em todo o Brasil, com uma campanha publicitária na qual se verificam desenhos de leões - *só faltando alguma frase publicitária* -, e a exposição de maços gigantes - ou seja, reitera-se, não à venda, não sendo possível comprá-los, em caráter puramente publicitário – fugindo-se à regra geral de proibição da propaganda sem qualquer exceção, como mostram as imagens:



Padaria na zona sul de São Paulo, em 29/09/2021.



Padaria na zona sul de São Paulo, em 29/09/2021 (mostruário ou expositor abrindo).



Restaurante popular, zona leste de São Paulo, em 26/10/2018.



Restaurante popular, zona leste de São Paulo, em 26/10/2018 (foto aproximada).



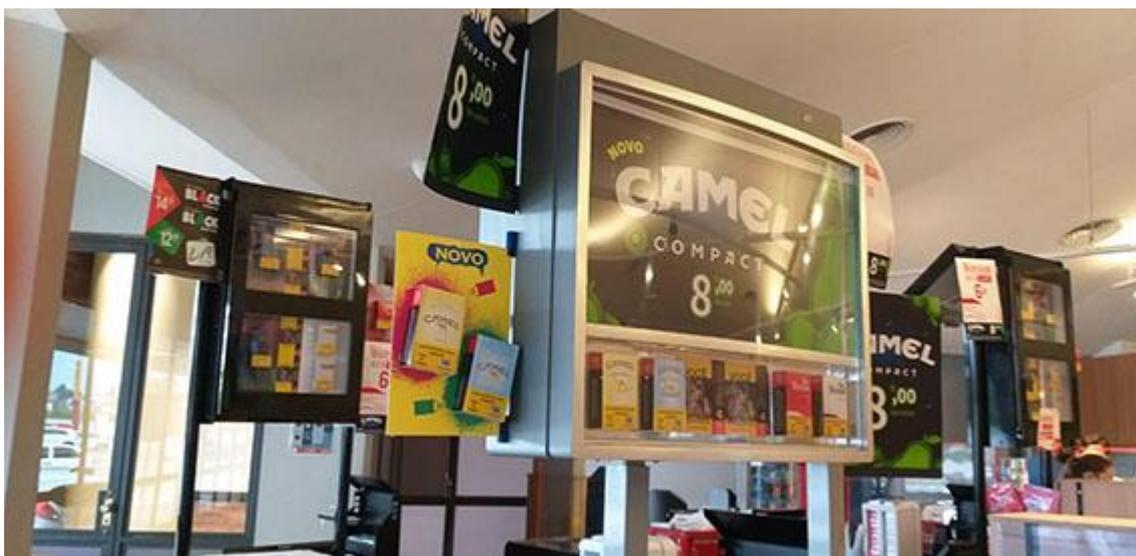
Lancheonete em frente a Supermercado na zona sul de São Paulo, em 03/11/2021, e foto aproximada

E, lamentavelmente, ainda se vê a utilização do logotipo ou nome customizados das suas marcas, como se observa, **por exemplo**, na cadeia de restaurantes de estrada Rede Frango Assado, conforme imagens que seguem:



Unidade da Rede Frango Assado, Rodovia Imigrantes, km 15, sentido praia - 24/10/2021

Veja-se que a tabaqueira polui todo o espaço interno do estabelecimento:



Unidade da Rede Frango Assado, Rodovia Imigrantes, km 15, sentido praia - 24/10/2021

Note-se que a representada não se contenta com a possibilidade de publicizar seus produtos numa área externa do referido estabelecimento:



Unidade externa da Rede Frango Assado, Rodovia Imigrantes, km 15, sentido praia - 24/10/2021

Observe-se ainda que a representada, em outra frente publicitária em todo o estado de São Paulo, descumpra até mesmo a proibição da propaganda escrita, com o termo “E V O Q U E”:



Mostruário ou expositor da mesma padaria na zona sul de São Paulo em 2014, acima citada, em outubro de 2021.



Mostruário ou expositor da mesma padaria na zona sul de São Paulo em 2014, acima citada, em outubro de 2021 (foto aproximada).



Estabelecimento comercial (supermercado) no litoral paulista, em 01/11/2021.



O Dicionário Aurélio assim compila sobre o termo “E V O Q U E”, como consta da peça publicitária:

Evoque vem do verbo evocar. O mesmo que: lembre, recorde, relembre, invoque, rememore. Trazer à lembrança; reproduzir na imaginação, na memória; lembrar: evocava o passado frequentemente. Chamar ou convocar, geralmente, algum espírito ou ente sobrenatural; fazer com que algo sobrenatural se torne presente.

O total desrespeito com a legislação não para por aí. Em vários pontos de venda da cidade e, novamente, quicá em todo o Brasil, em ambientes externos de estabelecimentos como no exemplo abaixo, e talvez também internos, há a exibição de pôsteres ou cartazes relativos a cigarros, com fotos estampadas na referida peça publicitária – ou seja, a imagem dos maços não os produtos acondicionados nas partes internas do estabelecimento -, como segue:



Vitrine externa de Padaria na zona sul de São Paulo, em 04/10/2021

E mesmo as tabelas de preços, permitidas conforme a legislação e a regulamentação acima citadas, têm virado um verdadeiro festival de peças publicitárias, ultimamente indicando o valor de apenas uma marca:



Estabelecimentos comerciais na zona central de São Paulo, em 2018.



Padaria na zona sul de São Paulo, em 25/10/2021.



Unidade da Rede Frango Assado, Rodovia Imigrantes, km 15, sentido praia - 24/10/2021.

E chega-se a ver essas “placas”, que em tese seriam de tabelas de preços, utilizadas para lançamento de novo produto:



Unidade da Rede Frango Assado, Rodovia Imigrantes, km 15, sentido praia - 24/10/2021.



Finalmente, quando se encontram algumas tabelas de preços realmente com valores, não deixamos de verificar alguma propaganda incluída:



Padarias, respectivamente, nas zonas central e sul de São Paulo, em 12/10/2021 e 26/10/2021.

Por fim, como se pode observar, parece que a representada está em plena atividade de troca de tabelas de preços pela publicidade de suas novas marcas, neste último mês:



“Tabela de preços” da mesma padaria na zona sul de São Paulo, respectivamente, em 29/09/2021 e 29/10/2021.

REQUERIMENTOS

Ante todo o exposto, e a natureza gravíssima do bem juridicamente tutelado, serve a presente para, respeitosamente, requerer:



1. seja a representada intimada para:
 - a) prestar esclarecimentos sobre os fatos acima narrados;
 - b) retirar imediatamente, de qualquer ponto de venda do território nacional, imagem, gravura, logotipo, nome de marca estilizado e mocape (exposição) de cigarro, gigante ou de qualquer tamanho, que não esteja à venda, ou esteja exposto apenas como propaganda.
2. sejam aplicadas as penalidades máximas cabíveis pela legislação consumerista.
3. seja firmado novo TAC, com natureza de título executivo extrajudicial, nos termos do § do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, fixando valores de multas semelhantes ao do Termo de Ajustamento de Conduta nº 51.161.1020/2013-4 para novos descumprimentos legais e regulamentares, em todo o território nacional

Nestes termos, requer o desarquivamento e reabertura do **Inquérito Civil nº 1020/2013**, ou, como se julgar melhor, a distribuição da presente a uma das Promotorias de Justiça do Consumidor desta Capital para a competente instauração e processamento de novo inquérito, nos termos do artigo 2º da Resolução nº 23, de 17/09/2007, do CNMP, contando-se sempre com os elevados subsídios que os dignos representantes dessa R. Instituição Permanente certamente trarão aos autos.

Por derradeiro, caso as propagandas acima indicadas das marcas Camel e Winston não tenham sido colocadas pela representada, que ao que consta [controla a RJ Reynolds Tobacco Company](https://www.produtorsouzacruz.com.br/noticias/bat-que-controla-souza-cruz-compra-reynolds-american), <<https://www.produtorsouzacruz.com.br/noticias/bat-que-controla-souza-cruz-compra-reynolds-american>>, que se digne fazer a *denúncia ao inquérito* da verdadeira responsável pela publicidade.

Respeitosamente,

São Paulo, 04 de novembro de 2021.