

**EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA 6ª VARA EMPRESARIAL
DA COMARCA DA CAPITAL**

DISTRIBUIÇÃO POR DEPENDÊNCIA DO PROCESSO Nº 0204818-
42.2019.8.19.0001

Irregularidades na publicidade e na venda de produtos de tabaco relacionados ao festival Rock in Rio 2019 - Instalação de quiosques para venda de cigarro em terminais do BRT de acesso ao evento – venda de cigarros da marca “Camel” em quiosque completamente aberto ao público em geral (inclusive menores de idade), sem qualquer barreira física ou visual – quiosques que, por sua própria natureza, não possui área interna de venda, não se prestando à venda de cigarro – realização de ação de promoção e publicidade do cigarro “Camel” nos quiosques – uso de painéis e cartazes com promoções e recursos visuais chamativos – oferta promocional vinculada a produto de tabaco com uso de peça publicitária chamativa para a promoção – oferta promocional ligada a produto de tabaco, consubstanciada em cobrança extra e módica de R\$2 (dois reais) para aplicação de maquiagem condicionada à compra de um cigarro – proibição de estímulo ao consumo de cigarro por venda casada ligada a esse produto, podendo ainda ser entendido, dado ao baixo valor do serviço condicionado, ter havido distribuição de brinde, também vedada – advertências situadas de forma irregular nos mostruários – realização de descontos pela aquisição de mais de um maço – preço menor que o tabelado pela Receita Federal – descumprimento da Lei nº 9.294/96 e da regulamentação da ANVISA – ofensa a direitos básicos dos consumidores – prática comercial abusiva – danos individuais e coletivos.

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO,
por intermédio do Promotor de Justiça que ao final
subscreve, vem, respeitosamente, perante Vossa
Excelência, e com fulcro na Lei 7.347/85 e 8.078/90,
ajuizar a competente

AÇÃO CIVIL PÚBLICA CONSUMERISTA *com pedido de liminar*

em face de **CONSÓRCIO OPERACIONAL BRT**, inscrito no
CNPJ/MF nº 16.566.504/0001-03, com sede na Avenida das

Américas, S/N, CCO - Anexo ao Terminal Alvorada, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro/RJ, CEP: 22631-004; **VEGA FINA TABACARIA EIRELI**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 23.915.231/0001-20, com sede na Av. Lauro Sodré, 445, Loja 401, Parte D 09M, Botafogo, Rio De Janeiro - RJ, CEP 22290070; e **JT INTERNATIONAL DISTRIBUIDORA DE CIGARROS LTDA.**, inscrito no CNPJ nº 11.124.629/0001-60, com sede na Rua Genaro de Carvalho, nº 225, bairro Castelo Branco, Salvador/BA; pelas razões que passa a expor:

I - PRELIMINAR

I.1 - DISTRIBUIÇÃO POR DEPENDÊNCIA

Para fim de concretização dos princípios da eficiência processual (aproveitar atividades processuais sobre causas análogas) e da segurança jurídica (evitar decisões contraditórias), pugna-se para que esta demanda seja distribuída e julgada pelo mesmo r. juízo em que tramita o processo nº 0204818-42.2019.8.19.0001, da 6ª Vara Empresarial da Comarca da Capital.

No referido feito, corre ação civil pública ajuizada por este autor em face da organizadora do evento "Rock in Rio", da fornecedora de cigarros da marca "Kent" e da tabacaria VEGA FINA TABACARIA EIRELI, réu também na presente causa. Como causa de pedir, a

ação diz respeito ao fornecimento de cigarros, no citado festival, em desacordo com as normas sanitárias que regulam essa atividade.

Portanto, além de compartilharem um demandado, a tabacaria ré, que atuou no "Rock in Rio" ao menos nas edições de 2017 e 2019, as ações comungam de situação fática e jurídica vinculadas: quanto à causa de pedir próxima, elas têm por base as leis e regulamentação antitabagistas, a violação dos mesmo direitos dos consumidores e a necessidade de reparação de danos; quanto à causa de pedir remota, os fatos se tangenciam no comércio irregular de cigarro durante o evento "Rock in Rio". Nesse último ponto, diferem apenas no espaço geográfico em que a atividade ilícita é efetuada. Enquanto na demanda em conexão a venda de tabaco é feita dentro dos limites da "Cidade do Rock", espaço murado gerido pela organizadora do evento, a ação agora ajuizada tem por objeto o comércio e promoção destes produtos em atos de qualquer forma relacionadas ao festival.

Trata-se, assim, de comércio irregular de tabaco relacionado ao festival, diferenciando-se apenas pela circunstância geográfica, ou seja, "intramuros" a ação já proposta e, de forma mais ampla, qualquer evento relacionado ao "Rock in Rio" a presente ação.

Para demonstrar essa lógica, recorre-se ao parecer dado pelo Instituto Nacional de Câncer – INCA a esse respeito:

Na presente síntese informativa, tomar-se-á em conta que um evento da dimensão do Rock in Rio de 2019, que conta com sete dias de festival e uma participação de 700 mil pessoas, não se restringe ao espaço físico do evento (área interna delimitada pelo muros do parque olímpico), o qual denominaremos como espaço “intramuros”.

Nesse sentido, deve-se considerar que o evento incorpora todas as áreas que teriam a finalidade de atender ao evento, como, por exemplo, as estações de transporte público para acesso ao evento.

Uma boa imagem relacionada a megaeventos como o “Rock in Rio” é construída com a presença maciça de público e, portanto passa por questões sobre acessibilidade ao local, oferecendo às pessoas segurança e facilidade de entrada e saída. Assim, viabilizar transporte público de modo organizado, que permita ao usuário disponibilidade, pontualidade, intercambialidade entre modais e facilidade de acesso, é essencial, quando se pretende atender grandes contingentes de pessoas.

Atente-se ao fato de que o setor de transportes ganha especial relevo na realização desses megaeventos. A Prefeitura do Município do Rio de Janeiro, por meio da Resolução nº 3186 de 26/09/2019, autorizou a criação de um serviço temporário de BRT a fim de atender **EXCLUSIVAMENTE** a realização do “Rock in Rio 2019”, conforme descrito a seguir:

RESOLUÇÃO SMTR Nº 3186 DE 26 DE SETEMBRO DE 2019

Dispõe sobre a criação dos Serviços Eventuais SE 003 (Terminal Jardim Oceânico x Terminal Centro Olímpico-Expresso), SE 004 (Madureira x Morro do Outeiro - Expresso) e SE 005 (Terminal Alvorada x Terminal Centro Olímpico - Expresso), do subsistema Bus Rapid Transit - BRT, como parte integrante do Serviço Público de Transporte de Passageiros por Ônibus da Cidade do Rio de Janeiro - SPPO/RJ, caráter temporário para atendimento ao evento "Rock in Rio Brasil 2019", no período de 27, 28 e 29 de setembro e 03, 04, 05 e 06 de outubro de 2019, e dá outras providências.

A SECRETÁRIA MUNICIPAL DE TRANSPORTES, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela legislação em vigor;

CONSIDERANDO que compete ao Poder Concedente o planejamento e implantação de políticas de mobilidade urbana destinadas a otimização do

serviço de transporte público coletivo de passageiros por ônibus em âmbito municipal;

CONSIDERANDO que cabe ao Poder Concedente e a seus agentes delegados assegurar o deslocamento da população carioca e do público que irá comparecer ao local do evento "Rock in Rio Brasil 2019" [GRIFO NOSSO], sem prejuízo ao atendimento da população pelo regular Serviço Público de Transporte de Passageiros por Ônibus - SPPO/RJ, especialmente em relação ao BRT; e

CONSIDERANDO que o evento "Rock in Rio Brasil 2019" é de fundamental importância para a divulgação da imagem da Cidade do Rio de Janeiro como destino turístico internacional;

CONSIDERANDO o planejamento operacional apresentado pelos concessionários para atendimento ao público que irá se deslocar para o evento "Rock in Rio Brasil 2019", contendo detalhamento sobre os horários da operação, com seus respectivos intervalos de partidas, a quantidade de veículos envolvidos na operação, bem como outras informações de natureza operacional, ; e

CONSIDERANDO a consolidação da planilha de custos extraordinários e específicos para a criação e operação do Serviço Eventual, apresentada pelos representantes legais dos concessionários de serviço público, justificando, portanto, a definição de uma tarifa especial para os usuários do sistema que irão deslocar-se para o evento "Rock in Rio Brasil 2019", constante do processo nº 03/003.332/2019.

RESOLVE:

Art. 1º Ficam criados os Serviços Eventuais SE 003 (**Terminal Jardim Oceânico x Terminal Centro Olímpico - Expresso**)[GRIFO NOSSO], SE 004 (Madureira x Morro do Outeiro - Expresso) e SE 005 (Terminal Alvorada x Terminal Centro Olímpico - Expresso), do subsistema Bus Rapid Transit - BRT, como parte integrante do Serviço Público de Transporte de Passageiros por Ônibus da Cidade do Rio de Janeiro - SPPO/RJ, **caráter temporário para atendimento ao evento “Rock in Rio Brasil 2019”, no período de 27, 28 e 29 de setembro e 03, 04, 05 e 06 de outubro de 2019.** [GRIFO NOSSO]

Parágrafo único. Os serviços tratados no caput possuem natureza eventual, caracterizados por necessidade excepcional e temporária, com tempo de duração preestabelecido, conforme previsto no Anexo VIII, do Edital da Concorrência Pública nº 010/2010, inclusive em relação às regras de integração com o Bilhete Único Carioca - BUC.

Art. 2º Os Serviços Eventuais 003, 004 e 005 deverão ser operados exclusivamente por ônibus do tipo articulado, com possibilidade de utilização de ônibus com layout diverso daquele aplicado aos ônibus regulares do sistema, mediante autorização da Secretaria Municipal de Transportes, na modalidade de “Serviço Rápido”, no sistema BRT.

É importante frisar que a infraestrutura de transportes é um elo fundamental para o sucesso do evento, especialmente em se tratando de locais distantes dos grandes centros urbanos como é o caso da “Cidade do Rock”, localizada na Avenida Salvador Allende no bairro Recreio dos Bandeirantes a cerca de 33 quilômetros do centro do Rio.

E por essa razão a Prefeitura do Rio de Janeiro, criou os serviços eventuais de acessos via transporte público com desembarques exclusivos nas estações Terminal Jardim Oceânico x Terminal Centro Olímpico - Expresso), SE 004 (Madureira x Morro do Outeiro - Expresso) e SE 005 (Terminal Alvorada x Terminal Centro Olímpico – Expresso).

Importante ressaltar que o usuário do transporte público com destino à Cidade do Rock deverá deslocar-se por um percurso único e obrigatório em direção ao local das principais atrações, tais sejam: as estações de desembarque dos Terminais BRT indicadas acima e indicadas no próprio sítio eletrônico da Prefeitura da Cidade (<http://noticias.prefeitura.rio/transportes/vai-ao-rock-in-rio-saiba-tudo-sobre-o-esquema-especial-de-transporte-para-o-festival/>)

Extrai-se, portanto, a existência de vínculo jurídico e fático entre as duas causas. Além de os

pedidos e causa de pedir serem bastante próximos, a lei processual determina a reunião de processos em casos como o presente, em que estão pendentes duas ações que possam gerar risco de decisões conflitantes ou contraditórias (art. 55, §3º, CPC).

Por isso, com base nessa regra, bem como nas razões expostas, requer-se a distribuição por dependência ao processo nº 0204818-42.2019.8.19.0001, em trâmite na 6ª Vara Empresarial da Comarca da Capital (art. 286, III, do CPC).

I.2 - DA AUSÊNCIA DE INTERESSE NA REALIZAÇÃO DE AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO OU MEDIAÇÃO

Em cumprimento ao art. 319, inciso VII do Código de Processo Civil em vigor, o autor informa que não possui interesse na realização de audiência de conciliação ou de mediação.

Se uma das partes manifesta que não há interesse em participar da audiência, ela não deverá ser realizada.

Cássio Scarpinella Bueno afirma¹:

Não há sentido em designar aquela audiência nos casos em que o autor, indica seu desinteresse na conciliação ou mediação. Até porque seu não comparecimento pode ser entendido como ato atentatório à dignidade da justiça nos moldes do §8º do art. 334. Trata-se de interpretação que se

¹ BUENO, Cassio Scarpinella. Manual de Direito Processual Civil. 2. ed. Volume único. São Paulo: Saraiva, 2016, p. 295;

harmoniza e que se justifica com o princípio da autonomia da vontade – tão enaltecido pelo CPC de 2015 – e que, mais especificamente preside a conciliação e a mediação. Expresso, nesse sentido, aliás, o art. 2º, V, da Lei nº 13140/2015, que disciplina a mediação. Ademais, de acordo com o § 2º, daquele mesmo art. 2º, ‘ninguém será obrigado a permanecer em procedimento de mediação’. De outra parte, ainda que o autor nada diga a respeito da sua opção em participar, ou não, da audiência de conciliação ou de mediação (quando se presume sua concordância com a designação da audiência consoante se extrai do §5º do art. 334), pode ocorrer de o réu manifestar-se, como lhe permite o mesmo dispositivo, contra sua realização, hipótese em que a audiência inicialmente marcada será cancelada, abrindo-se prazo para o réu apresentar sua contestação, como determina o inciso II do art. 335).

Por sua vez, Alexandre Câmara diz que: “Apesar do emprego, no texto legal, do vocábulo “ambas”, deve-se interpretar a lei no sentido de que a sessão de mediação ou conciliação não se realizará se qualquer de seus pares manifestar, expressamente, desinteresse na composição consensual”².

Por outro lado, a ré VEJA FINA reincidiu em práticas objeto de ação civil pública proposta pelo Ministério Público, vedadas por liminar. Ainda que não se tenha caracterizado o descumprimento desta, ausente a relação de confiança entre as partes que permita a celebração de um acordo.

Além do já citado, constitui obstáculo à realização da mediação, no caso em tela, a evidente incongruência entre a exigência de publicidade para a resolução de conflitos envolvendo ente público e que versa sobre direitos indisponíveis, e o instituto da mediação, regido pela confidencialidade.

² CÂMARA, Alexandre. Novo Processo Civil Brasileiro. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2016, p. 201.

Inaplicável, portanto, à luz do princípio da publicidade, insculpido no art. 37, *caput*, da Constituição Federal, o princípio da confidencialidade sempre que um ente público se fizer presente em um dos polos processuais.

Desse modo, em casos como o presente, há sempre de se observar a regra da publicidade dos atos estatais, o que afasta por completo a possibilidade de resolução do conflito através da mediação, que deve ser realizada sob o princípio da confidencialidade - incabível na hipótese.

II - DOS FATOS

II.1 - CONTORNOS DO CASO

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA e o Instituto Nacional de Câncer - INCA efetuaram representação ao Ministério Público, pela qual denunciam irregularidades na publicidade e na venda de produtos de tabaco durante o festival "Rock in Rio" de 2019, causando danos extensíveis à toda a coletividade.

Por diligências *in loco* durante os dias de realização do evento, a ANVISA constatou a venda de cigarros em desconformidade com a legislação sanitária

em terminais do sistema BRT disponibilizados para o festival, quais sejam: a Estação BRT Jardim Oceânico e Terminal Centro Olímpico. De acordo com informações colhidas em procedimento administrativo a comercialização foi negociada entre o Consórcio Operacional BRT (doravante BRT), primeiro réu, e a Vega Fina Tabacaria Eireli (doravante VEGA FINA), segundo réu, por meio de contrato de locação de espaços comerciais dentro das referidas estações, relativos a quiosques com 4 m², a serem explorados entre os dias 26/09/2019 a 6/10/2019, ou seja, precisamente em concomitância com o "Rock in Rio".

Os referidos quiosques, alugados pela VEGA FINA, expunham à venda cigarros da marca "Camel", cujo fornecimento, no país, é feito pela JT International Distribuidora De Cigarros Ltda. (doravante JTI), terceiro réu. As referidas tabacaria e distribuidora de cigarros assinaram contrato de locação de espaço em ponto de venda, o qual foi aditado para a realização de "Campanha Temporária de Visibilidade em Pontos de Venda" - ou seja, notório viés publicitário - durante o período entre 25/09 a 07/10/2019, o que equivale aos dias do "Rock in Rio" desse ano.

II.2 - SÍNTESE DOS FATOS E IRREGULARIDADES CONSTATADAS

Os relatórios de inspeção acima aludidos, em conjunto, indicam as seguintes situações de irregularidade às normas de antitabagismo:

a) os quiosques possuíam estrutura aberta, em que a exposição dos produtos fumígenos era prontamente visualizada pelo público passante nas estações do BRT, sem impedimento ao acesso por menores de idade – contrariedade à exigência de que o local de venda de cigarros seja um espaço delimitado no interior de estabelecimento comercial (art. 2º, V, do Decreto nº 8.262/14 e art. 1º, II, da RDC nº 15/03);

b) oferta promocional ligada a produto de tabaco, consubstanciada em cobrança extra e módica de R\$2 (dois reais) para aplicação de maquiagem condicionada à compra de um cigarro, com uso de peça publicitária chamativa para a promoção, relativa a painel ostensivo nos quiosques – proibição de estímulo ao consumo de cigarro por venda casada ligada a esse produto, podendo ser entendido, dado ao baixo valor do serviço condicionado, ter havido distribuição de brinde (art. 8º, I, da RDC nº 213/18 e art. 3º-A, II, da Lei nº 9.294/96);

c) “Preço especial 2 por R\$10,00”; descontos na aquisição simultânea de dois maços de cigarro em que o valor unitário abaixo da tabela da Receita Federal (maço individual cobrado a R\$7, dois maços cobrados por R\$10, ou seja, R\$5 cada, inferior à variação de R\$7 a R\$9 tabelada) – estímulo de consumo de cigarro por meio de oferta promocional, sendo essa correlata a ação comercial de promover indiretamente o produto de

tabaco (art. 5º § 1º, III, da RDC nº 213/18 e Instrução Normativa RFB 1204/2011);

d) Expositor/mostruário que utilizava, para dar destaque aos cigarros e as respectivas marcas, recursos visuais chamativos como painéis diferentes em tons amarelo, verde e azul, além da exposição de grandes letreiros com os logotipos e cores dos produtos fumígenos - descumprimento da vedação de uso de pôsteres, painéis, cartazes e qualquer dispositivo ou recurso visual que confira destaque aos produtos ou a uma marca específica (art. 5º, § 4º, da RDC nº 213/18);

e) Advertências sanitárias fora do padrão, dispostas às margens dos expositores - o conjunto gráfico composto pelas advertências sanitárias deve ser apresentado em uma peça única na parte central da área de cada uma das faces visíveis ao público dos expositores ou mostruários (art. 6º, parágrafo único, da RDC nº 213/18);

f) Utilização da tabela de preços como painel promocional, o qual conferia destaque à marca específica de cigarro e utilizava cores das marcas comercializadas - é vedada a publicidade do tabaco, as quais devem conter somente os nomes das marcas dos produtos, sendo vedado a utilização de painéis, pôsteres e cartazes que confira destaque aos produtos ou a uma marca específica (art. a qual deve estar

ausente nas tabelas de preço (art. 5º, §§3º e 4º, do RDC nº 213/18);

II.3 - FISCALIZAÇÃO E CONCLUSÕES DA ANVISA

Por suas diligências fiscalizatórias, a ANVISA detectou que os quiosques viabilizados pelos réus eram abertos e situados em área de operação de transporte público. Essa disposição, de acordo com a entidade reguladora, constitui desconformidade com o Decreto nº 8.262/14, pois a norma condiciona a venda de produtos fumígenos ao interior de estabelecimentos comerciais fechados, qualificação que não se aplica a estações de transporte público:

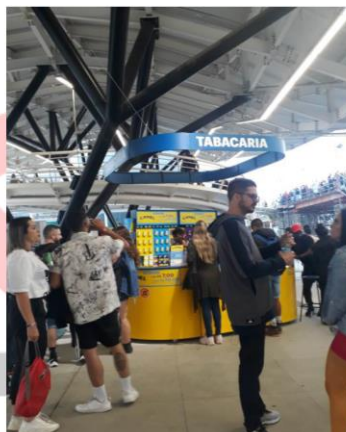
3 ENTORNO DA CIDADE DO ROCK

No entanto, no dia 27/09/2019 verificou-se em fiscalização sanitária no evento ROCK IN RIO – versão 2019, realizado na cidade do Rio de Janeiro nos dias 27, 28 e 29 de setembro de 2019, e que será realizado nos dias 03, 04, 05 e 06 de outubro de 2019, que nas estações do CONSÓRCIO BRT do Jardim Oceânico havia duas tabacarias e no Centro Olímpico uma tabacaria que foram instaladas para comercialização de cigarros e outros produtos tais como maquiagem, tatuagem temporária que os participantes do evento “Rock in Rio-2019”, passavam para comprar o cigarro e a tabacaria ofertava maquiagem.

**1ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE TUTELA COLETIVA DE
DEFESA DO CONSUMIDOR E DO CONTRIBUINTE DA CAPITAL**



Estação BRT Jd. Oceânico



Terminal Centro Olímpico



Terminal Centro Olímpico

Tais tabacarias não poderiam estar inseridas nestes terminais, pois infringe o dispositivo legal que trata da única exceção para a exposição dos produtos que versa sobre os locais de venda, senão vejamos:

O Decreto nº 8.262, de 31 de maio de 2014, que altera o Decreto nº 2.018, de 1º de outubro de 1996, que regulamenta a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 estabelece em seu artigo 2º, Inciso V, ponto de venda somente como **local físico, fixo dentro de estabelecimento comercial** conforme descrito abaixo:

“V -LOCAL DE VENDA - área ou espaço fixo e fisicamente delimitado localizado no interior de estabelecimento comercial e destinado à exposição e à venda de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco; ”

Pelo exposto, uma estação de transporte público não é considerado local adequado de venda de produtos fumígenos derivados ou não de tabaco, em que pese ser área ou espaço fixo e fisicamente delimitado, não se insere num estabelecimento comercial.

A ANVISA também consignou que os quiosques apresentavam irregularidades a respeito da realização de propaganda de produtos de tabaco, exposição irregular das advertências sanitárias e comercialização de produtos em troca de adesivos de tatuagem e maquiagem como se fossem brindes, a estimular o consumo de cigarro:

**1ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE TUTELA COLETIVA DE
DEFESA DO CONSUMIDOR E DO CONTRIBUINTE DA CAPITAL**



Nas 3 (três) tabacarias havia irregularidades em relação à propaganda, à exposição irregular das advertências sanitárias, comercialização de produtos em troca de adesivos de tatuagem e maquiagem como se fossem brindes as quais estariam infringindo os seguintes dispositivos legais:

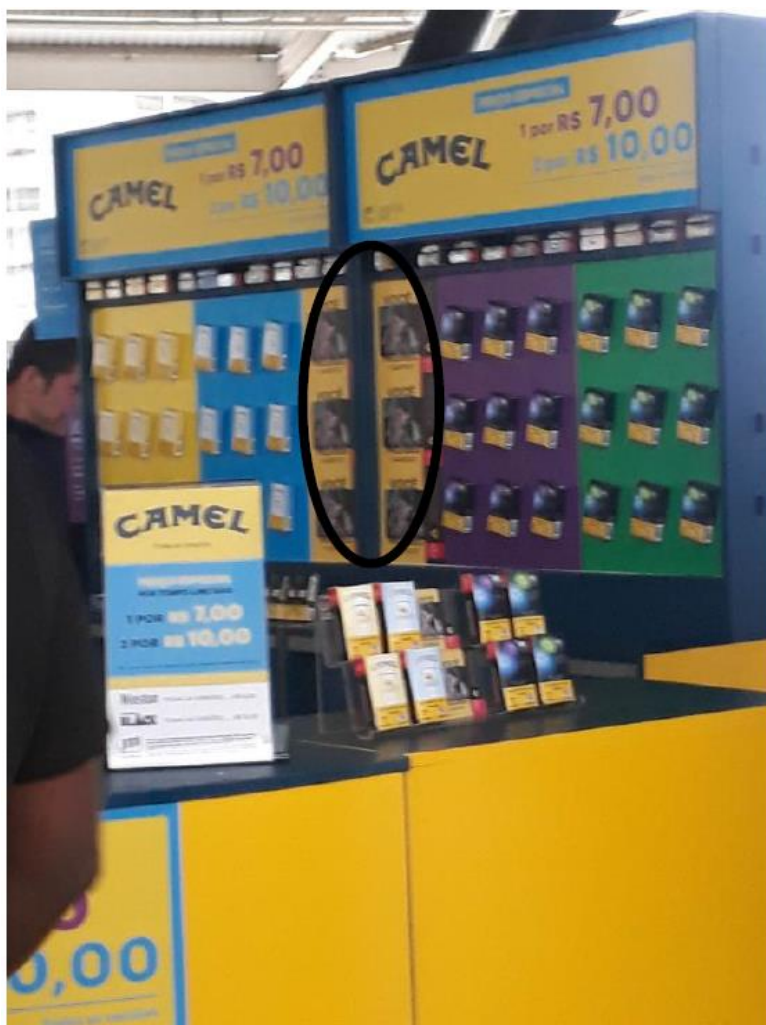
3.1 Lei 9.294, de 15 de julho de 1996:

a) 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.*

§ 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.*

b) Art. 3º - A: *Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:*

... II – a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;



3.2 Resolução RDC nº 213, de 23 janeiro de 2018:

a) Art 6º O conjunto gráfico composto pela advertência sanitária padrão, advertência sanitária e a mensagem de proibição de venda a menor de dezoito anos, conforme modelos disponíveis no portal eletrônico da ANVISA, ocupará, no mínimo, 20% (vinte por cento) da área de cada uma das faces visíveis ao público dos expositores ou mostruários no local de venda, da seguinte forma:

I - a advertência sanitária padrão, conforme modelo do Anexo I desta Resolução, impressa de forma legível e destacada, que ocupará obrigatoriamente, 70% (setenta por cento) da área do conjunto gráfico;

II - a advertência sanitária, conforme modelo do Anexo II desta Resolução, impressa de forma legível e destacada, que deve conter 03 (três) elementos: o sinal de advertência geral, a frase "Perigo: Produto Tóxico" em letras vermelhas (escala PANTONE 485C ou correspondente na escala CMYK), em negrito, caixa alta, fonte Arial, e a frase sobre os malefícios causados pelo tabaco com letras brancas, em negrito, fonte Arial, todos impressos sobre fundo preto (escala PANTONE Process Black C ou correspondente na escala CMYK), que ocupará, obrigatoriamente, 25% (vinte e cinco por cento) da área do conjunto gráfico;

III - a mensagem de proibição de venda a menor de dezoito anos - "Venda proibida a menor de 18 anos", conforme modelo do Anexo III desta Resolução, impressa de forma legível e destacada, com letras brancas, em negrito, fonte Arial, sobre fundo vermelho (escala PANTONE 485C ou correspondente na escala CMYK), que ocupará, obrigatoriamente, 5% (cinco por cento) da área do conjunto gráfico.

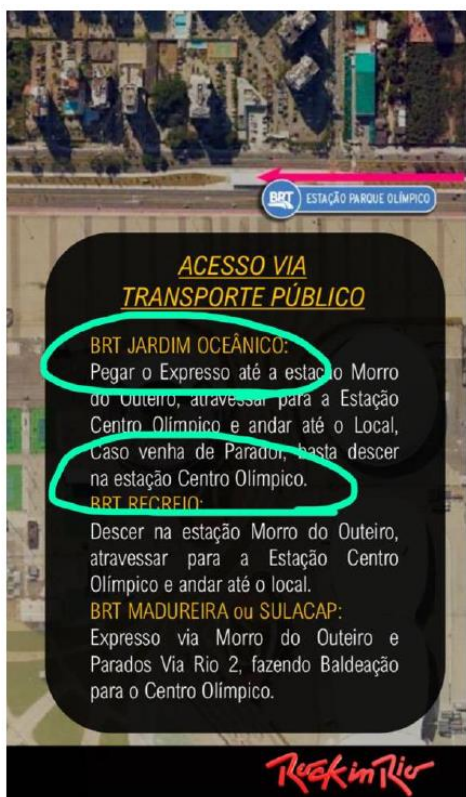
Parágrafo único. O conjunto gráfico de advertências descrito no caput deste artigo deverá ser apresentado em uma peça única na parte central da área

de cada uma das faces visíveis ao público dos expositores ou mostruários, conforme modelo do Anexo IV desta Resolução, sem alteração da proporcionalidade entre os seus elementos, bem como dos seus parâmetros gráficos.

Os terminais escolhidos para a localização dos quiosques eram justamente aqueles indicados pelo Município para o acesso ao "Rock in Rio", evidenciando a vinculação estratégica da empreitada com o evento:

4 ÁREAS DE ACESSO À CIDADE DO ROCK

A organização do evento Rock in Rio divulgou informações de acesso ao local do evento. Considerando a expectativa de grande público, a orientação foi a de utilizar transporte público para chegar ao local. As principais estações envolvidas são Jardim Oceânico (estação final do metrô) e possibilidade de baldeação para o BRT e Estação Centro Olímpico, ponto final de uma linha direta para o festival. A orientação pode ser verificada abaixo.



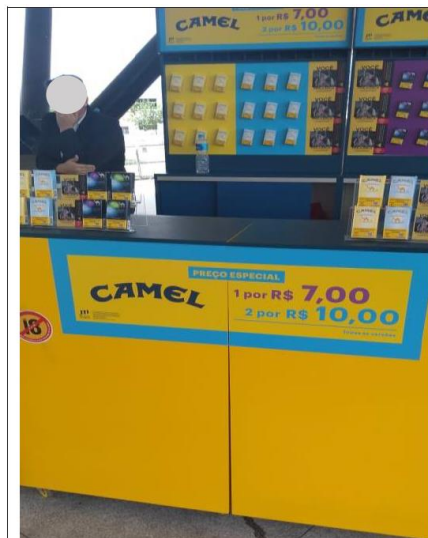
Ao chegar nas estações de BRT Jardim Oceânico e na Estação Centro Olímpico, verificou-se a existência de quiosques – tabacaria, 2 (duas) tabacarias no Jardim Oceânico e 1 (uma) na Estação Centro Olímpico.

II.4 - FISCALIZAÇÃO E CONCLUSÕES DO INCA

O INCA recebeu denúncia feita pela Associação de Controle do Tabagismo, Promoção da Saúde e dos Direitos Humanos - ACT, a qual, ao vistoriar o "Rock in Rock" de 2019, constatou os mesmos fatos atestados pela ANVISA e também entendeu terem havido irregularidades na instalação dos quiosques:



Dois estandes no
terminal Jardim
Oceânico.



Um estande no
terminal Olímpico.

2. Do mostruário

Nos estandes de venda de cigarros, a exposição dos maços de cigarros ganhou destaque com a utilização de recursos visuais, contrariando o art. 5º, §4º da RDC 213/2018:

*Art. 5º (...) §4º Inclui-se nas vedações contidas nesse artigo o uso de pôsteres, painéis, cartazes e qualquer dispositivo ou **recurso visual**, gráfico, sonoro, sensorial, de movimento ou de iluminação, tanto no interior do expositor ou mostruário, quanto em local externo, que confira destaque aos produtos ou a uma marca específica.*



Mostruário com utilização de recursos visuais e coloridos.

3. Do conjunto gráfico

Nos pontos de venda, os expositores de cigarros ao fundo do balcão de atendimento dispunham da advertência sanitária. No entanto, os mostruários estavam acompanhados de mais de um conjunto gráfico de advertências sanitárias, o que as tornava menores e de difícil leitura. Isso prejudica o próprio objetivo da advertência que é justamente o de alertar o consumidor sobre os prejuízos do consumo e exposição de produtos de tabaco.

Além disso, um dos estandes contava com dois mostruários, e cada um deles tinha três conjuntos gráficos lateralizados à direita e à esquerda, dando a falsa impressão de que estavam centralizados. Essas ocorrências, por sua vez, contrariam o art. 6º, parágrafo único, da RDC 213/2018, que discorre expressamente sobre a obrigatoriedade do conjunto gráfico se apresentar em peça única e na parte central do mostruário:

Art. 6º O conjunto gráfico composto pela advertência sanitária padrão, advertência sanitária e a mensagem de proibição de venda a menor de dezoito anos, conforme modelos disponíveis no portal eletrônico da ANVISA, ocupará, no mínimo, 20% (vinte por cento) da área de cada uma das faces visíveis ao público dos expositores ou mostruários no local de venda, da seguinte forma:

Parágrafo único. O conjunto gráfico de advertências descrito no caput deste artigo deverá ser apresentado em uma peça única na parte central da área de cada uma das faces visíveis ao público dos expositores ou mostruários, conforme modelo do Anexo IV desta

Resolução, sem alteração da proporcionalidade entre os seus elementos, bem como dos seus parâmetros gráficos.



Estante com dois
mostruários, e cada um
deles com três conjuntos
gráficos lateralizados à
direita e à esquerda,
dando a falsa impressão
de que o estavam
centralizados

4. Da tabela de preço fora do padrão ou painel de propaganda

No estande dos terminais de transporte coletivo, a tabela de preço conferia destaque à marca específica de cigarro (Camel) e utilizava cores das marcas comercializadas.

*§3º As tabelas de preços deverão **conter somente os nomes das marcas** dos produtos, os nomes das empresas fabricantes ou importadoras e seus respectivos preços.*

*§4º Inclui-se nas vedações contidas nesse artigo o uso de pôsteres, **painéis**, cartazes e qualquer dispositivo ou recurso visual, gráfico, sonoro, sensorial, de movimento ou de iluminação, tanto no interior do expositor ou mostruário, quanto em local externo, que confira destaque aos produtos ou a uma marca específica.*

**1ª PROMOTORA DE JUSTIÇA DE TUTELA COLETIVA DE
DEFESA DO CONSUMIDOR E DO CONTRIBUINTE DA CAPITAL**

	Painel de propaganda com preços e identificação da marca de cigarros.
	Painel de propaganda com preços e identificação da marca de cigarros.

5. Dos preços praticados

Nos estandes, foi ofertado “Preço especial 1 por R\$7,00 e 2 por R\$10,00”, o que significa que os produtos Camel Blue International Blend e Camel Filters International Blend foram vendidos a R\$ 5,00 (cinco reais) cada um. No entanto, na tabela da Receita Federal³, as variedades de Camel tem o valor que oscila de R\$ 7,00 (sete reais) a R\$9,00 (nove reais).

Nesses casos, percebe-se que foi conferido um desconto de 13,5% a 33%, a depender do produto. O baixo preço de cigarros estimula seu consumo e favorece a experimentação, especialmente entre jovens. Desta forma, a prática realizada pelas empresas Souza Cruz e JTI afronta à política brasileira de preços e estimula o tabagismo. Ademais, em virtude do valor praticado no Rock in Rio divergir do valor constante das tabelas de preços no website da Receita Federal, sugere-se que houve descumprimento da Instrução Normativa RFB 1204/2011, que determina:

Art. 2º Os estabelecimentos industriais fabricantes de cigarros e de cigarrilhas ficam obrigados a comunicar, por meio de registro eletrônico no Scorpions Gerencial, com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis à data de vigência:

I - as alterações de preço de venda no varejo, com indicação da data de vigência, de marcas comerciais já existentes; e”

**1ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE TUTELA COLETIVA DE
DEFESA DO CONSUMIDOR E DO CONTRIBUINTE DA CAPITAL**



JTI - Japan Tobacco International

JTI - Japan Tobacco International				PREÇOS DE VENDA A VAREJO (R\$)																	
Vigência	Marca	Versão	Embalagem	AC	AL	AP	AM	BA	CE	ES	GO	MA	MT	MS	MG	PA	PB	PR	PE	PI	RJ
01-10-2019	CAMEL	BLUE COB	Rígida	5,50	8,00	5,50	8,50	8,00	8,50	8,00	7,25	5,50	5,50	5,50	7,50	8,00	8,50	8,50	8,00	5,50	7,50
01-10-2019	CAMEL	BLUE COLOR EDITION WALK A MILE	Rígida	5,50	8,00	5,50	8,50	8,00	8,50	8,00	7,25	5,50	5,50	5,50	7,25	8,00	8,50	8,50	8,00	5,50	7,25
01-10-2019	CAMEL	BLUE MAÇO	Maço	5,25	8,00	5,25	8,50	7,00	8,50	8,00	7,25	5,25	5,50	5,25	7,00	8,00	8,50	8,00	7,00	5,25	7,00
01-10-2019	CAMEL	CAMEL BLUE COLOR EDITION	Rígida	5,50	8,00	5,50	8,50	8,00	8,50	8,00	7,25	5,50	5,50	5,50	7,25	8,00	8,50	8,50	8,00	5,50	7,25
01-10-2019	CAMEL	CAMEL DOUBLE MINT & GREEN	Rígida	5,50	9,00	5,50	10,00	9,50	9,50	9,00	8,50	5,50	7,00	5,50	9,00	9,00	10,00	9,75	9,50	6,00	9,00
01-10-2019	CAMEL	DOUBLE MINT & YELLOW	Rígida	6,50	9,00	6,50	9,50	9,50	9,50	9,00	8,50	6,50	6,50	6,50	9,00	9,50	9,75	9,50	6,50	9,00	10,00
01-10-2019	CAMEL	FILTERS COB	Rígida	5,50	8,00	5,50	8,50	8,00	8,50	8,00	7,25	5,50	5,50	5,50	7,50	8,00	8,50	8,50	8,00	5,50	7,50
01-10-2019	CAMEL	FILTERS COLOR EDITION WALK A MILE	Rígida	5,50	8,00	5,50	8,50	8,00	8,50	8,00	7,25	5,50	5,50	5,50	7,25	8,00	8,50	8,50	8,00	5,50	7,25
01-10-2019	CAMEL	FILTERS MAÇO	Maço	5,25	8,00	5,25	8,50	7,00	8,50	8,00	7,25	5,25	5,50	5,25	7,00	8,00	8,50	8,00	7,00	5,25	7,00
01-10-2019	CAMEL	CAMEL DOUBLE MINT & PURPLE	Rígida	6,00	9,00	6,00	10,00	9,50	9,50	9,00	8,50	6,00	7,00	6,00	9,00	9,00	10,00	9,75	9,50	6,00	9,00

Preço de venda a varejo de produto da JTI, comercializado no Rock in Rio por valor divergente.



Preço promocional de cigarros praticado em estande.



Valor praticado na venda do Camel, na promoção leve 2 por R\$10,00, operacionalizado pela Vega Fina em estande.

6. Da indução ao consumo

Foi registrado um painel promocional com os dizeres “Let’s upgrade your look (em português: “Vamos melhorar seu visual”). Na compra de um pack de cigarro + R\$2,00 você pode escolher uma maquiagem personalizada”, o que se trata de evidente propaganda a incentivar o consumo de cigarros, contrariando o art. 3º, § 1º, inciso V da lei federal nº 9294/1996:

*“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. (Redação dada pela Lei nº 12.546, de 2011)*

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

*V - **não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;**”*

Além disso, a venda do serviço (maquiagem personalizada) condicionada à compra de um bem (pack de cigarro), é prática conhecida como venda casada, o que caracteriza-se como uma afronta e violação ao art. 8º, inciso I da RDC nº 213/2018, além de violar o art. 39, inciso I do Código de Defesa do Consumidor.

*Art 8º Quanto à comercialização de produtos fumígenos derivados do tabaco **fica proibido:***

***I-condicionar a venda de outros produtos**, em uma mesma embalagem ou não, ou de serviços de qualquer natureza à **aquisição de produtos** fumígenos derivados do tabaco;*

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

***I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço**, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;*

	Propaganda que induz diretamente ao consumo de cigarros, além de caracterizar venda casada.
---	--

Pela análise das circunstâncias fáticas registradas pela ACT, o INCA conclui terem ocorrido uma série de violações sanitárias:

(1) Utilização de “Stand” - Afronta ao disposto na RDC nº 15 de 17 de janeiro de 2003

(Conforme previsto pela RDC Nº 15, de 17 de janeiro de 2003, no que se refere ao local específico para colocação do cartaz no interior da loja, resta estabelecido no art. 1º, II: - “parte interna do local de venda: área fisicamente delimitada localizada no interior do estabelecimento comercial e destinada à venda de produtos derivados do tabaco e seus acessórios”. Nesse caso, o stand não se qualifica como espaço delimitado fisicamente no interior de estabelecimento comercial, o que representa estratégia de propaganda de produtos, com impacto na iniciação de jovens e crianças



Imagem 02: "Stand" localizado no Terminal Jardim Oceânico



Imagem 03: "Stand" redondo localizado no Terminal Jardim Oceânico



Imagem 04: "Stand" localizado no Terminal Olímpico

Cabe destacar que, em função da decisão liminar e em conformidade com a definição de local de venda exposto na RDC nº 15 de 17 de janeiro de 2003, os pontos de venda deveriam ser locais fechados, contendo somente título do estabelecimento apenas "Tabacaria seguido do nome do varejista que vai operar no local.

Os pontos de venda no espaço de "acesso exclusivo via transporte público" são em tons amarelo, verde e azul, abertos, sem nenhum impedimento ao acesso por menores de idade, e diferem totalmente daqueles localizados no pátio de shows e eventos. Na decisão os pontos avançados de venda, além de serem fechados com acesso restrito ao público, teriam restrição de cor interna ao estabelecimento, as quais não coincidiriam com a marca dos maços vendidos. Nos "stands" localizados nas estações não se verificou o cumprimento de nenhum desses itens. Cabe destacar que esse modelo de "stand" além de afrontar a decisão liminar, também afronta às Resoluções da Anvisa que regulamentam esse tema.

- (2) Expositor/Mostruário irregular (Proibição de recursos visuais, gráficos que confira destaque aos produtos ou marca específica /art. 5º § 4º da RDC Nº 213, DE 23 DE JANEIRO DE 2018) e restrição relacionada à decisão: Item – iii: *"(iii) que o expositor/display de venda dos produtos seja em fundo prata, sem iluminação diferenciada e sem qualquer elemento distintivo da marca no display além dos maços de cigarros, salvo as advertências indicadas pela ANVISA, bem como a proibição de venda para menores de 18 anos;*



Imagem 05: Mostruário em desacordo com fundo prata e com exposição da marca e de maços de cigarros

- (3) Ação de promoção da venda dos produtos (são considerados meio de propaganda sujeitos à proibição – qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo; /art. 5º § 1º, III da RDC nº 213, de 23 de janeiro de 2018) e restrição relacionada a decisão: Item : “(vi) *que não haja venda de quaisquer kits (por exemplo, cigarro e isqueiro) nos estabelecimentos avançados de venda*”;

No que tange a denúncia, foram realizadas estratégias de venda por meio de venda promocional de 2 maços de cigarro pelo preço de 10 reais. Ação promocional é apresentada com destaque, sendo instalada na parte superior do espaço do mostruário e na parte frontal da bancada do stand.

Cabe destacar que conforme a RDC nº 213, de 23 de janeiro de 2018, a propaganda de produtos fumígenos se caracteriza por *“exposição e qualquer forma de divulgação, seja por meio eletrônico, inclusive internet, por meio impresso, ou qualquer outra forma de comunicação ao público, consumidor ou não dos produtos, com a finalidade de promover, propagar, disseminar, persuadir, vender ou incentivar o uso do produto fumígeno derivado do tabaco, direta ou indiretamente”*.

A indução à compra se verifica por dois fatores: (i) estímulo por meio de ação promocional; (ii) venda de produtos a baixo do preço praticado nacionalmente e no Estado para a marca em questão.

Conforme apresentado pelo sítio eletrônico da Receita Federal¹, os preços de venda a varejo práticos pela Japan Tobacco International para a marca CAMEL, são todos superiores a R\$ 5,25. Em particular no Rio de Janeiro, os preços praticados para as variações dessa marca possuem valor mínimo de R\$ 7,00. Nesse sentido, ao oferecer o produto ao valor promocional de dois maços por R\$ 10,00, o fabricante e a tabacaria assumem um custo de ação promocional de pelo menos R\$ 2,00 por maço de cigarro, considerando preço mais baixo praticado para esses produtos no Rio de Janeiro.

Adicionalmente, às ações promocionais desenvolvidas por meio de preços mais baixos, foi identificada a realização de venda casada, por meio de oferta de serviço de maquiagem personalizada. Conforme identificado no “stand” colocado no Terminal Olímpico, imagens postas abaixo, apresentava-se a seguinte oferta: “Na compra de um pack de cigarro + R\$2,00, você pode escolher uma maquiagem personalizada”, o que viola o art. 8º, inciso I da RDC nº 213/2018, além de violar o art. 39, inciso I do Código de Defesa do Consumidor.



Imagem 08: Balcão localizado no Terminal Olímpico

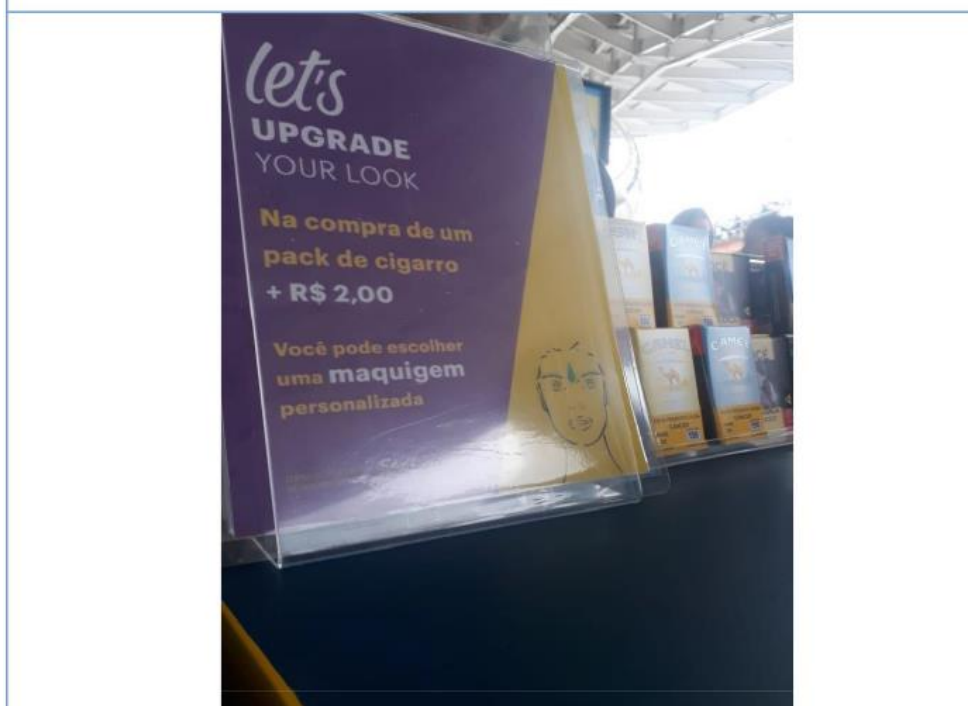


Imagem 09: Cartaz com oferta de venda casada

Segundo Lei Nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, Capítulo II, artigo 36º, constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados: **subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem.**

Ressalta-se que, em Resolução mais recente publicada pela ANVISA (Resolução da ANVISA/DC nº 213 de 23/01/2018), consta explicitamente no art. 8º, I, a estrita proibição de condicionar a venda de outros produtos, em uma mesma embalagem ou não, ou de serviços de qualquer natureza à aquisição de produtos fumígenos derivados do tabaco.

Na denúncia enviada, consta ainda destaque ao fato de que no painel promocional detinha os dizeres “Let’s upgrade your look (em português: “Vamos melhorar seu visual”). Na compra de um pack de cigarro + R\$2,00 você pode escolher uma maquiagem personalizada”. O uso do imperativo como estratégia de propaganda é proibido conforme dispõe o art. 3º, § 1º, inciso V da lei federal nº 9294/1996:

- (4) Irregularidades na composição do fundo gráfico em afronta à RDC nº 213/2018 (art. 6º, §Ú parágrafo único, da RDC 213/2018 define que o conjunto gráfico de advertências descrito no caput deste artigo deverá ser apresentado em uma **peça única na parte central [GRIFO NOSSO]** da área de cada uma das faces visíveis ao público dos expositores ou mostruários; além disso o art. 5º, §6º da RDC 213/2018 informa que fica proibido **dificultar ou encobrir parcial ou totalmente a visualização das advertências sanitárias** e da mensagem de proibição de venda a menor de dezoito anos nos expositores ou mostruários.

Na denúncia encaminhada, é identificado que o “stand” localizado na estação Parque Olímpico apresenta dois mostruários distintos, delimitados por bordas negras e justapostos no sentido de dar a impressão de que as advertências estão centralizadas.

- (5) Irregularidades na tabela de preços em afronta à RDC nº 213/2018 em todos os “stands” tanto nas estações do BRT como naqueles localizados no “intramuros” (art. 5º, §2º, §3º e §4º, da RDC 213/2018 definem que: §2º Os expositores ou

*mostruários **deverão conter [GRIFO NOSSO] somente os produtos expostos à venda e as respectivas advertências sanitárias, mensagem de proibição de venda a menor de dezoito anos e tabelas de preços.[GRIFO NOSSO] §3º As tabelas de preços deverão conter somente os nomes das marcas[GRIFO NOSSO] dos produtos, os nomes das empresas fabricantes ou importadoras e seus respectivos preços e §4º Inclui-se nas vedações contidas nesse artigo o uso de pôsteres, painéis,[GRIFO NOSSO] cartazes e qualquer dispositivo ou recurso visual, gráfico, sonoro, sensorial, de movimento ou de iluminação, tanto no interior do expositor ou mostruário, quanto em local externo, que confira destaque aos produtos ou a uma marca específica.***

Nos “stands” localizados nos terminais do BRT, as tabelas de preço estavam localizados tanto nos mostruários como na parte frontal de alguns balcões. A utilização de cores, marcas e outras estratégias de propaganda são identificadas nas imagens enviadas pela denúncia.



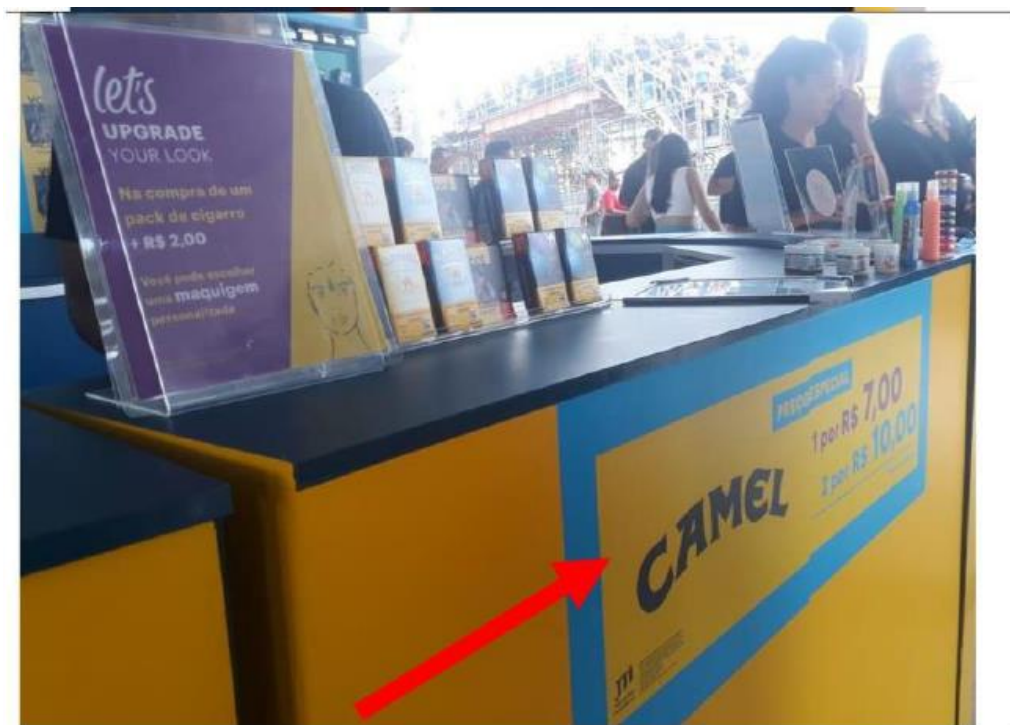


Imagem 15: Tabela de preço com cores e marca de cigarro no balcão

Diante do quadro de irregularidades apurado durante o festival deste ano, imperioso é que os réus sejam coibidos de o repetir nos eventos vindouros, de modo a prevenir futuros prejuízos à coletividade do público participante. Sem embargo, devem ser reparados os danos causados no "Rock in Rio" de 2019, tanto em esfera coletiva como individual. É o que se pretende com o ajuizamento da presente ação civil pública.

III - DA FUNDAMENTAÇÃO

III.1 - DESCUMPRIMENTO DAS NORMAS SANITÁRIAS E ANTITABAGÍSTICAS

O consumo toxicomaniaco de tabaco é considerado uma questão de relevância para a manutenção da saúde pública, na medida em que a dependência da nicotina, presente no tabaco, é responsável por expressivo índice de mortalidade entre fumantes ativos e passivos. O tabaco fumado em qualquer uma de suas formas causa até 90% (noventa por cento) de todos os cânceres de pulmão, além de ser responsável por outras formas de neoplasias malignas, como a leucemia mielóide aguda e o câncer de bexiga, de pâncreas, de fígado e de esôfago, dentre outros³. O tabagismo também é causador de quase cinquenta diferentes tipos de doenças incapacitantes e fatais, correspondendo a 45% (quarenta por cento) das mortes por ataque cardíaco, 85% (oitenta por cento) das mortes por doença pulmonar obstrutiva crônica (DPOC) e 25% (vinte por cento) das mortes por derrames⁴. Ademais, o tabagismo é tido como uma doença pediátrica, pois 80% (oitenta por cento) dos fumantes começam a fumar antes dos 18 anos, sendo que, no

³ Dados prestados pelo INCA. Disponível em
<https://www.inca.gov.br/tabagismo#_edn1>. Acessado em
30.10.2019.

⁴ Disponível em
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Tabagismo_e_sa%C3%BAde>. Acessado
em 30.10.2019.

Brasil, 20% (vinte por cento) dos fumantes foram introduzidos a esse hábito antes dos 15 anos⁵.

Diante desse quadro de nocividade à saúde humana, tem-se empregado, em esfera institucional pública e privada, medidas para conter esses prejuízos, o que não envolve tão somente a iniciativa educacional da população, mas também a regulação da indústria e da publicidade tabagista.

No cenário internacional, diante da crescente epidemia do tabagismo, a 52ª Assembleia Mundial da Saúde da Organização Mundial da Saúde criou a Convenção-Quadro da OMS para o Controle do Tabaco (CQCT/OMS), tratado internacional que reconhece a propagação da epidemia do tabagismo como um problema global de sérias consequências para a saúde pública e expõe preocupação com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco. Dentre os seus princípios norteadores, além da atenção dada à informação sobre os efeitos do tabaco, a Convenção-Quadro tem por base um postulado preventivo, expresso na “necessidade de tomar medidas para prevenir a iniciação, promover e apoiar a cessação e alcançar a redução do consumo de tabaco em qualquer de suas formas” (artigo 4). A efetivação de tal preceito é instrumentalizada pela previsão de proibição total da

⁵ Disponível em <https://www.inca.gov.br/tabagismo#_edn1>. Acessado em 30.10.2019.

publicidade, promoção e patrocínio do consumo de produtos de tabaco, de maneira que a Convenção-Quadro vincula suas partes integrantes a essa conduta (artigo 13).

O Brasil está obrigado a esses termos, sobre cuja negociação teve protagonismo, coadunando-se com seu próprio texto constitucional, que prevê, como condicionante da comunicação social, a regulação da propaganda comercial de tabaco (art. 220, §4º, da CRFB). A Carta da República reconhece esses produtos como nocivos à saúde, bem como estabelece que as pessoas devem ser protegidas da sua propaganda, o que vem a ser efetivado por restrições legais.

Essa agenda foi efetivada pela Lei nº 9.294/96, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, sendo posteriormente regulamentada pelos Decretos nº 2.018/96 e nº Decreto nº 8.262/14. Já a regulamentação do comércio do tabaco foi dada por atos normativos da ANVISA, atividade guiada pelas diretrizes ditadas, sobretudo, nas Resoluções da Diretoria Colegiada nº 15/03 e nº 213/18.

Tal regulamentação tem por motivação: o controle e a fiscalização dos produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública e a restrição da publicidade do tabaco para reduzir a crescente experimentação de cigarros por crianças e adolescentes e o impacto do adoecimento e mortalidade que o consumo do tabaco

causa. O caráter crescentemente restritivo das normas da ANVISA pode ser extraído do amplo rol exemplificativo do que constitui publicidade do tabaco e da limitação de venda a espaços fechados, sem ostentação de conteúdo dos locais de venda.

Tais parâmetros, como demonstrado pelas fiscalizações que instruem esta demanda, foram diretamente descumpridos pelos réus no evento "Rock in Rio" de 2019, com utilização de *stands* escancaradas, descontos, painéis publicitários e serviços "brinde", tudo a divulgar a marca de cigarro ré e trazer lucro à tabacaria, com conivência da operadora dos terminais de transporte público. O conluio, em lucrativo benefício das pessoas jurídicas cúmplices, fomentou o consumo desmedido da aquisição de cigarros por numeroso público majoritariamente jovem, ao arrepio do sistema antitabagista e ao arrepio de valores basilares da sociedade contemporânea - promoção, manutenção e proteção da saúde, sobretudo da juventude.

III.2 - COMETIMENTO DE PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA

Além de afrontarem a Lei nº 9.294/96, os fatos trazidos à apreciação judicial, por constituírem violação direta das normas sanitárias da ANVISA, são considerados prática comercial abusiva, situação vedada em lei.

É o que dispõe o CDC, em seu art. 39, VIII, *in verbis*:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);
(Grifou-se)

A perpetuação dessa conduta representa violação de direito básico do consumidor à proteção contra práticas abusivas impostas no fornecimento de produtos e serviços (art. 6º, IV).

Portanto, os réus cometeram ilegalidade também à luz das normas de proteção do consumidor.

III.3 - VIOLAÇÃO À PROTEÇÃO DA VIDA, SAÚDE E SEGURANÇA DOS CONSUMIDORES

As regras administrativas violadas pelos réus advêm de um cenário de ubíquo reconhecimento do tabagismo como uma doença crônica letal, do que resulta a preocupação mundial em controlar a difusão e o estímulo do consumo de produtos do tabaco. Logo, todas as normas que restringem a propaganda comercial desse bem de consumo, não importando como ela se manifeste, possui viés de manutenção da saúde pública.

A partir dessa orientação, o incentivo ao consumo de tabaco por sua publicidade, promoção e patrocínio do tabaco deve ser analisada como ofensa ao direito básico do consumidor à proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos (art. 6º, I, do CDC).

III.4 - O RESSARCIMENTO DOS DANOS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES

Os réus também devem ser condenados a ressarcir os consumidores - considerados em caráter individual e também coletivo - pelos danos, materiais e morais, que vem causando com a sua conduta.

O Código de Defesa do Consumidor consagra o princípio da responsabilidade do fornecedor independentemente de culpa, bem como da reparação integral (*restitutio in integrum*), a qual deve ser a mais completa possível, abrangendo os danos patrimoniais e extrapatrimoniais, individuais, coletivos e difusos (art. 6º, VI, do CDC).

Nesta demanda, os fatos alegados comportam danos aos direitos dos consumidores. Há a ocorrência de ato ilícito, consubstanciado na comercialização e promoção de produtos de tabaco em descumprimento da legislação sanitária. Como exposto, os réus promovem e estimulam

o consumo de fumígenos ao público do evento "Rock in Rio", composto por milhares de indivíduos em faixa etária jovem, grupo demográfico de relevância social e ao qual o ordenamento jurídico confere proteção mais rigorosa. Ao realizarem propaganda comercial de cigarros orientada a esses consumidores, os fornecedores réus incorrem em prática proibida por lei e eticamente censurável à luz dos valores atuais da sociedade brasileira e internacional. Dessa forma, os danos propiciados pela conduta em comento possuem não somente escala individual - estímulo ao consumo do cigarro e introdução de jovens ao tabagismo - como também difusa - ofensa aos valores da coletividade.

Irrefutável, então, é a obrigação de reparar os danos potencialmente causados aos consumidores, já que constatada a permanente ofensa aos mais mezinhos direitos dos consumidores.

Por outro lado, a indenização tem importante função pedagógica, para evitar que novas lesões ao consumidor ocorram. Na presente causa tal função avulta.

A ré **VEJA FINA reincidiu em práticas objeto de ação civil pública proposta pelo Ministério Público, vedadas por liminar na ACP nº 0204818-42.2019.8.19.0001.** Ainda que não se tenha caracterizado o descumprimento da liminar (no caso em tela os fatos transbordam os limites da "Cidade do

Rock”, foco da ACP proposta), **o desprezo da VEGA FINA e seus parceiros pelas determinações realizadas pelo Poder Judiciário é patente e merecedora de rigorosa reprimenda.**

III.5 – O REQUERIMENTO LIMINAR

Por ora, deixa o Ministério Público de requerer a liminar, eis que a próxima edição do festival a qual se relacionam os pedidos ocorrerá apenas no ano de 2020, quando a causa já poderá ter sido julgada, com provimentos dotados de eficácia executória.

Contudo, se necessário, oportunamente realizará o Ministério Público o pedido de liminar.

V – DOS PEDIDOS PRINCIPAIS

Requer o Ministério Público:

a) que sejam os réus condenados, sob pena de multa diária no valor de **R\$5.000.000,00 (cinco milhões reais)**, em qualquer ação relacionada direta ou indiretamente aos eventos “Rock in Rio” a serem realizados no ano de 2020 e seguintes, a se absterem: i) de condicionar a venda de maquiagem,

ou quaisquer outros produtos e serviços, à aquisição conjunta de produtos fumígenos; ii) de condicionar a venda de produtos fumígenos à aquisição conjunta de maquiagem, ou quaisquer outros produtos e serviços; iii) de expor a venda produtos fumígenos em kits com maquiagem ou outros produtos e serviços, cobrados ou não; iv) de realizar propaganda de produtos fumígenos utilizando-se de stands de venda ou quiosques; v) de realizar propaganda comercial relacionada a produto fumígeno em expositor ou tabela de preço com o uso de luminosos, pôsteres, painéis, cartazes e qualquer dispositivo ou recurso visual que confira destaque aos produtos ou a uma marca específica; vi) de comercializar produtos fumígenos em stand de venda, quiosques ou qualquer meio aberto, com seu conteúdo exposto ao público exterior; vii) de comercializar produtos fumígenos desacompanhados de adequada imagem/cláusulas de advertência; viii) de promover, propagar ou disseminar, por qualquer forma ou meio, produto derivado de tabaco.

No tocante à ré VEJA FINA os pedidos supra não abarcam os fatos praticados nos limites da "Cidade do Rock", que já constituem objeto da ACP nº 0204818-42.2019.8.19.0001.

b) que sejam os réus condenados a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos

materiais e morais de que tenha padecido o consumidor, individualmente considerado, em virtude dos fatos narrados, a serem apurados em liquidação;

c) que sejam os réus condenados à repetição em dobro dos valores que auferiram indevidamente em razão da conduta impugnada na presente ação;

d) a condenação dos réus a repararem os danos materiais e morais causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, no valor mínimo de R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais), corrigidos e acrescidos de juros, cujo valor será revertido ao Fundo de Reconstituição de Bens Lesados, mencionado no art. 13 da Lei nº 7.347/85;

e) que sejam os réus condenados a realizar contrapropaganda, na forma do art. 60 e seu §1º do CDC, após o trânsito em julgado da condenação, sob pena de pagamento de multa no valor de R\$100.000,00 (cem mil reais) por dia de atraso;

f) sejam publicados os editais a que se refere o art. 94 do CDC;

g) a citação dos réus para que, querendo, apresentem contestação, sob pena de revelia;

h) a condenação dos réus ao pagamento de todos os ônus de sucumbência, incluindo os *honorários advocatícios*.

Protesta, ainda, o Ministério Público, pela produção de todas as provas em direito admissíveis, notadamente a pericial, a documental, bem como depoimento pessoal dos réus, sob pena de confissão, sem prejuízo da inversão do ônus da prova previsto no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor.

Dá-se a esta causa o valor de R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais).

Rio de Janeiro, 18 de dezembro de 2019.

Julio Machado Teixeira Costa

Promotor de Justiça

Mat. 2099