

## **A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS EMPRESAS FABRICANTES DE FUMO<sup>1</sup>**

### *THE CIVIL LIABILITY OF THE TOBACCO INDUSTRY*

**Ana Carolina Mezzalira<sup>2</sup> e Simone Stabel Daudt<sup>3</sup>**

#### **RESUMO**

No presente artigo analisa-se a viabilidade de responsabilização civil das empresas fabricantes de fumo diante dos possíveis danos causados a seus consumidores, haja vista a presença de inúmeras substâncias maléficas no produto, bem como uma informação precária, enganosa e abusiva sobre o cigarro. Consoante com a análise do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, que trata da responsabilidade pelo fato do produto, corroborado por outros dispositivos legais que preveem a proteção à saúde e segurança do consumidor (art. 6º, art. 8º, art. 9º e art. 31 do CDC), o fornecedor do cigarro, produto este que apresenta defeitos de concepção (substâncias maléficas em sua composição, causadoras de inúmeras doenças e inclusive de óbitos), bem como de informação (não presta informações claras e precisas sobre os malefícios do cigarro nos rótulos dos produtos e utiliza da publicidade para iludir o consumidor e mascarar a verdade sobre o tabaco) deve, de forma objetiva, reparar os danos causados aos consumidores.

**Palavras-chave:** substâncias maléficas, informação precária, cigarro.

#### ***ABSTRACT***

*The paper analyzes the feasibility of civil liability of the tobacco industry on the possible damage caused to customers in regards to the presence of several harmful substances in the product, as well as the poor, misleading and unfair information provided on the cigarette. According to the analysis of Article 12 of the Consumer Defense Code, which deals with the liability on this product, is supported by other legal devices that predict health protection and consumer safety (art. 6, art. 8, art. 9 and art. CDC 31). The cigarette has a faulty*

---

<sup>1</sup>Trabalho de Iniciação Científica - UNIFRA.

<sup>2</sup>Acadêmica do curso de Direito - UNIFRA.

<sup>3</sup>Orientadora - UNIFRA.

*design (harmful substances in its composition, causing many diseases and even death) and information (not providing clear and accurate information about the hazardous effects of smoking on product labels, and uses advertising to mislead consumers and to mask the truth about tobacco) should, objectively, repair the damages caused to consumers.*

**Keywords:** *harmful substances, poor information, cigarette.*

## INTRODUÇÃO

Conta-se que a arte de fumar foi ensinada pelos índios aos marinheiros de Cristóvão Colombo. O hábito de fumar, no entanto, só se espalhou pela Europa depois que o embaixador francês em Lisboa, Jean Nicot, recolheu mudas de tabaco no Jardim Botânico da cidade e as mandou para a Rainha da França Catarina de Médicis que, juntamente com a corte francesa, adotou o hábito de fumar (PEDREIRA, 2002).

Na época de Catarina de Médicis e sua corte, o fumo era considerado planta milagrosa, capaz de curar inúmeros males. Porém, séculos mais tarde, a Organização Mundial da Saúde definiu o fumo como a maior causa evitável de doenças e de mortes da sociedade contemporânea (DELFINO, 2002). Em consonância com as novas informações sobre os perigos de fumar, o cigarro deixou de ser relacionado a situações que em nada representavam as suas reais características, como por exemplo, à saúde, ao sucesso profissional, ao requinte, à sensualidade, à sexualidade, aos esportes, ao lazer, etc.

A partir do reconhecimento dos malefícios do cigarro, os Tribunais brasileiros passaram a receber demandas buscando a responsabilização dos fabricantes de cigarro pelos danos sofridos por fumantes. Em um primeiro momento, quando a discussão sobre a responsabilidade civil das indústrias fabricantes de fumo ainda tentava conceder os primeiros passos, as decisões dos Tribunais eram pacíficas em entender que nenhuma responsabilidade tinha as empresas fabricantes de cigarro pelos danos que tais consumidores houvessem sofrido. No entanto, com o desenvolvimento de novos e modernos estudos sobre os efeitos do cigarro, com o surgimento de novas demandas relacionadas ao assunto e com um estudo mais aprofundado sobre os preceitos do Código de Defesa do Consumidor, o tema tornou-se polêmico, dividindo-se em duas correntes: aqueles que defendem a responsabilidade civil das indústrias de fumo frente aos malefícios causados aos seus consumidores e aqueles que defendem a total irresponsabilidade destes.

Diante dessa discussão, neste texto, buscar-se-á traçar alguns conceitos pertinentes sobre o assunto, bem como analisar a problemática sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor.

## **SUBSTÂNCIAS COMPONENTES DO CIGARRO E OS MALEFÍCIOS POR ELAS CAUSADOS**

### **SUBSTÂNCIAS PRESENTES NO CIGARRO**

A fumaça do cigarro é uma mistura formada por cerca de cinco mil substâncias tóxicas que, a cada tragada, o fumante introduz em seu organismo (DELFINO, 2002). Entre tais substâncias pode-se destacar a acetona<sup>4</sup>, a amônia<sup>5</sup>, o formol<sup>6</sup>, a naftalina<sup>7</sup> e a nicotina, principal substância responsável pela dependência do cigarro.

A Organização Mundial de Saúde, assim como outras entidades internacionais, considera a nicotina uma droga, pois é considerada substância psicotrópica<sup>8</sup>. A dependência pela substância estabelece-se normalmente com grande rapidez, em um período de um a três meses (DELFINO, 2002).

Consoante assevera Delfino (2002):

Nos cigarros, os efeitos da nicotina são mais rápidos e devastadores. Após uma tragada, ela chega ao cérebro em nove segundos, valendo dizer que, em média, traga-se dez vezes cada cigarro. Quem fuma um maço de cigarros por dia, sofre, portanto, duzentos impactos cerebrais de nicotina, totalizando setenta e três mil impactos por ano. Nenhuma outra droga age com esse volume e intensidade, provocando malefícios e lesando praticamente todos os órgãos. Seu mecanismo farmacológico é semelhante ao da cocaína e heroína, e a dependência que provoca costuma ser mais intensa que a destas últimas.

---

<sup>4</sup> Substância utilizada para remover esmaltes, altamente entorpecente e inflamável. Em pequenas quantidades irrita a pele e a garganta, podendo provocar dor de cabeça e tontura (DELFINO, 2002).

<sup>5</sup> Utilizada para limpeza de pisos e azulejos, podendo cegar e até mesmo matar (DELFINO, 2002).

<sup>6</sup> Serve, basicamente, para conservação de cadáveres, podendo causar câncer de pulmão, problemas respiratórios e gastrointestinais (DELFINO, 2002).

<sup>7</sup> É utilizada para matar baratas. Trata-se de gás venenoso que provoca tosse, irritação na garganta, náuseas, transtornos gastrointestinais e anemias (DELFINO, 2002).

<sup>8</sup> Segundo a OMS, são aquelas que “agem no sistema nervoso central produzindo alterações de comportamento, humor e cognição, possuindo grande propriedade reforçadora, sendo, portanto, passíveis de autoadministração (uso não sancionado pela medicina). Em outras palavras essas drogas causam a dependência (CARLINI, 2001).

Tal substância causa a sensação de bem-estar no fumante e seu uso contínuo faz com que este se habitue a tal situação, entrando em desconforto quando a substância não é fornecida ao corpo. Diante disso, o tabagista, com o intuito de manter as sensações consideradas prazerosas, passa a consumir cada vez maior número de cigarros (PEDREIRA, 2002). Ainda, a autora ressalta que:

Não obstante os esforços despendidos pelas empresas que fabricam cigarro em comprovar que o fumo não vicia, pela realidade demonstrada no dia a dia, é quase impossível um fumante parar de fumar por ter simples força de vontade, restando comprovada a dependência química causada pelo cigarro; devendo-se ressaltar que a questão já está praticamente pacificada na área médica onde seus profissionais é que possuem habilitação para avaliar a dependência do fumante ao cigarro e o grau de tal dependência.

## MALEFÍCIOS CAUSADOS PELO CIGARRO

O fumo está diretamente ligado a inúmeras doenças graves. Algumas delas, inclusive, já são conhecidas por sua relação com o tabaco, quais sejam, câncer de pulmão<sup>9</sup>, bronquite crônica<sup>10</sup>, enfisema pulmonar, doenças coronarianas<sup>11</sup> e acidentes vasculares cerebrais<sup>12</sup>.

Nancy Rigotti, médica americana, professora da faculdade de Medicina de Harvard e dirigente da Sociedade para Pesquisa de Nicotina e Tabaco dos Estados Unidos, alerta que

os efeitos nocivos do tabaco são muito maiores do que se imaginava. O fumo prejudica praticamente todos os órgãos do corpo – e causa doenças sobre as quais não havia suspeita de ligação com o fumo, como catarata e cânceres cervicais, renais, do pâncreas e do estômago (VEJA, 2002).

Segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS), um bilhão de

---

<sup>9</sup> Em 1995, pesquisa realizada em 12 países, revelou que cerca de 97,5% dos casos de câncer de pulmão estão relacionados ao tabagismo (DELFINO, 2002). Em 14 de outubro de 1999, umas das maiores empresas fabricantes de tabaco, a Philip Morris, admitiu que o cigarro pode provocar câncer (PEDREIRA, 2002). Vale ressaltar que Wayne McLaren, ator que protagonizou o caubói da propaganda da marca de cigarros Marlboro, morreu de câncer de pulmão.

pessoas morrerão vítimas de doenças relacionadas ao fumo neste século, haja vista que a cada ano, o cigarro mata 5,4 milhões de fumantes (INCA, 2007).

Além das doenças crônicas, o cigarro é responsável por outros sintomas não menos sérios; o fumo torna os órgãos do paladar menos sensíveis, causa problemas na produção de esperma, podendo acarretar anomalias genéticas em futuros filhos, causa câncer na garganta (graças aos agentes químicos existentes na fumaça do cigarro), câncer na bexiga, principalmente nas mulheres, duplica a chance de perda de dentes, provoca danos nos ossos e, ainda, causa o envelhecimento precoce (DELFINO, 2002).

A Sociedade Brasileira de Cardiologia corroborou tal informação, afirmando que a lista de moléstias provocadas pelo cigarro ganhou mais alguns itens, de acordo com relatório elaborado pelo governo dos EUA, quais sejam: leucemia mieloide aguda, cânceres de estômago, pâncreas, pescoço e rim, pneumonia, aneurisma abdominal da aorta, periodontite e mal de Alzheimer (UNIMED, 2008).

## **CONCEITOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR PERTINENTES AO ASSUNTO**

### **CONCEITO DE CONSUMIDOR**

Segundo o art. 2º do CDC, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 2003). Tal preceito, no entanto, deixa dúvidas acerca do entendimento sobre a expressão “destinatário final”, expressão esta fundamental para compreender o âmbito de incidência do código de proteção ao consumidor.

Segundo ensinamento de Marques (2003), ser destinatário final é retirar o bem do mercado colocando fim na cadeia de produção, podendo ser tanto pessoa física quanto jurídica<sup>13</sup>, e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir, pois ele não é consumidor final, pois estará transformando o bem, utilizando-o

<sup>10</sup>É considerada a forma mais comum de doença crônica do aparelho respiratório, não possuindo cura, apenas tratamento contínuo para melhorar os sintomas. Constitui-se pela inflamação da mucosa dos brônquios, causando a produção constante de catarro (amarelo ou escuro), levando a uma dificuldade para expulsar o ar do interior dos pulmões (DELFINO, 2002).

<sup>11</sup>O tabagismo é um dos fatores de risco às doenças coronarianas, dobrando a possibilidade de uma doença cardíaca (DELFINO, 2002).

<sup>12</sup>Vulgarmente conhecido por AVC, os acidentes vasculares, segundo o Instituto Nacional do Câncer, podem ocorrer com maior facilidade de acordo com o número de cigarros consumidos (DELFINO, 2002).

ou incluindo-o em seu serviço ou produto, oferecendo-o por sua vez a um futuro consumidor. Delfino (2002) salienta que consumidor caracteriza-se como aquele que compra ou usa determinado produto ou serviço dando-lhe destinação finalística, opondo-se à comercialização.

Outra característica inerente à figura do consumidor é a vulnerabilidade, que, conforme Marques (2006) é “um estado da pessoa, um estado inerente de risco ou um sinal de confrontação excessiva de interesses identificado no mercado, é uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação.

Ainda segundo esta autora, a característica da vulnerabilidade pode ser vislumbrada em quatro tipos: a técnica, a jurídica, a fática e a informacional (MARQUES, 2006). Na vulnerabilidade técnica, o consumidor é aquele que não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo, podendo ser mais facilmente ludibriado quanto a suas características. A vulnerabilidade jurídica ou científica é percebida na falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de contabilidade ou economia, por exemplo. Já a fática ou socioeconômica ocorre quando o consumidor tem menor poder econômico que o fornecedor, presumindo-se que este último impõe sua superioridade diante da relação consumeirista. Por último, a vulnerabilidade informacional é aquela considerada inerente à relação de consumo, pois se entende que somente os fornecedores do produto é que detém as verdadeiras informações dos produtos ou serviços que fornecem.

Quanto à figura do consumidor, como bem assevera a doutrina, o legislador brasileiro, atento à realidade da nossa sociedade, adotou normas que alargam o âmbito de aplicação do CDC e como resultado, foi adotado um conceito padrão de consumidor, esse inicialmente referido, que adquire ou utiliza o cigarro, e mais três conceitos por equiparação legal, estes, portanto, também fazendo parte da relação de consumo com as empresas fumageiras.

O primeiro conceito de consumidor equiparado está previsto no artigo 2º, parágrafo único do CDC que trata da coletividade de pessoas, demonstrando que a norma jurídica confere a coletividade de fumantes, que haja intervindo nas relações de consumo, proteção contra os danos causados pelo cigarro (DELFINO, 2002). O parágrafo único do artigo adverte que equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, desde que tenham intervindo

---

<sup>13</sup> A discussão acerca das teorias que analisam a inclusão ou não da pessoa jurídica como consumidor (Teoria Maximalista, Teoria Finalista e Teoria Finalista Mitigada) não será abordada neste trabalho, pois não é pertinentes ao presente estudo.

na relação de consumo (BRASIL, 2003). Trata-se na verdade de uma regra de extensão de aplicação do CDC, ao entender que outras pessoas, ainda que não sejam consumidoras objetivas do produto ou serviço (ou consumidoras *strictu sensu*), podem vir a ser atingidas ou prejudicadas pelas atividades dos fornecedores no mercado (DELFINO, 2002).

O segundo conceito equipara as vítimas do acidente de consumo, previsto no art. 17 do CDC (BRASIL, 2003), aplicando-se nos casos da responsabilidade. Responsabilidade esta que mais tarde se discutirá a sua aplicação em se tratando de responsabilidade das empresas de fumo. Portanto, consumidores são também aqueles que não participaram da relação de consumo, mas acabaram vítimas do cigarro. Esses consumidores equiparados no direito americano são chamados de *bystanders*, isto é, meros espectadores, que casualmente foram atingidos pelo defeito do cigarro (PEDREIRA, 2002). Como principal exemplo, tem-se o fumante passivo que inala diariamente a fumaça tóxica do cigarro.

O terceiro conceito de consumidor equiparado, talvez o de maior amplitude no referido conceito, é aquele que considera consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, que foram expostas a práticas abusivas. Considera-se consumidor, portanto, qualquer pessoa exposta a práticas comerciais abusivas que dizem respeito à oferta e publicidade do cigarro, por exemplo (DELFINO, 2002). Tem-se entendido, como também se analisará, que na grande maioria das vezes, a propaganda do cigarro é abusiva e enganosa, e toda uma coletividade está sujeita a sofrer danos futuros.

## CONCEITO DE FORNECEDOR

Todo aquele que produz, monta, cria, constrói, transforma, importa, exporta, distribui ou comercializa produtos ou presta serviços, com habitualidade, visando lucro, será considerado fornecedor, conforme prevê o artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 2003). Observa-se, portanto, que o Código preocupou-se em estabelecer um conceito bastante amplo dessa figura.

Conforme leciona José Geraldo Brito Filomeno a respeito da amplitude do conceito de fornecedor no CDC, “ao invés de utilizar-se de termos como industrial, comerciante, banqueiro, segurador, importador, ou então genericamente empresário, preferiu o legislador o termo fornecedor para tal desiderato” (DENARI; FILOMENO, 2006).

Marques (2003) entende que, quanto ao fornecimento de produtos, o critério caracterizador é desenvolver atividades tipicamente profissionais. Diante dessas características, conclui-se que as indústrias fabricantes de cigarro são

típicas fornecedoras desse produto, pois têm como atividade profissional a produção do cigarro, objetivando sua comercialização.

## CONCEITO DE PRODUTO

O conceito de produto fornecido pelo Código de Defesa do Consumidor é bastante amplo, abrangendo bens móveis ou imóveis, materiais ou imateriais. Dessa forma, segundo o § 1º do art. 3º do CDC, qualquer bem poderá ser considerado produto quando se tratar de uma relação de consumo (BRASIL, 2003). É importante salientar, todavia, que o Código se reporta somente aos bens que possuem natureza patrimonial, ficando sem a tutela do CDC outros bens como o direito ao nome ou estado civil, haja vista não possuírem apreciação econômica (PEDREIRA, 2002). O cigarro enquadra-se perfeitamente no conceito de produto, podendo ser definido como um produto não durável.

## O FUMANTE E O CIGARRO: UMA TÍPICA RELAÇÃO DE CONSUMO

Tomando como referência o conceito básico de consumidor, o fumante pode ser enquadrado como um consumidor típico que consome um bem: o cigarro. Quanto à relação de consumo desencadeada pelo tabagista, salienta Delfino (2002):

A relação de consumo é patente. O tabagista, visando a suprir sua dependência, adquire ou tão somente utiliza o cigarro como destinatário final. A destinação final do produto é mais do que óbvia, afinal é o cigarro um bem não durável que é destruído ao ser utilizado. Estão presentes os três elementos da conceituação padrão: o elemento subjetivo (o fumante); o elemento objetivo (o cigarro); e o elemento teleológico (destruição ou consumo como destinatário final).

Não se pode olvidar, todavia, que toda a coletividade, determinada ou indeterminada é equiparada ao consumidor individual, conforme já referido quando da análise do conceito de consumidor. Diante de tal entendimento e da compreensão de que se está tratando de uma relação de consumo altamente complexa, surge a possibilidade de proteger-se também aqueles que, embora não possuam o vício de fumar, convivem diretamente com a fumaça do cigarro ou com

as propagandas abusivas deste, por exemplo, tornando-se muitas vezes vítima de uma relação de consumo da qual sequer participam.

## **A RESPONSABILIDADE CIVIL E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabeleceu a responsabilidade objetiva para quase todos os litígios judiciais que envolvam a responsabilidade civil decorrente de relações de consumo (DELFINO, 2002). A responsabilização objetiva é aquela que independe da demonstração de culpa do agente causador do dano, baseando-se na teoria do risco, ou seja, os fornecedores assumem o risco de sua atividade, cabendo a estes garantirem a qualidade e segurança de seus produtos e serviços.

A responsabilização objetiva prevista no CDC busca proteger o consumidor da relação que, naturalmente, é desigual. Tal preceito pretende auxiliar o consumidor, parte hipossuficiente, vulnerável na relação jurídica, para que possa buscar seu direito de reparação dos danos.

Diante disso, necessário faz-se esclarecer que a responsabilidade objetiva dos fornecedores, diante dos consumidores de seus produtos ou serviços, pode advir de duas situações distintas: do vício do produto ou serviço ou pelo fato do produto ou serviço.

## **A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS FABRICANTES DE FUMO**

Em se tratando da responsabilidade civil das empresas fumageiras, estamos diante da responsabilidade pelo fato do produto; de acordo com o artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, o fabricante responde, independentemente de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, fórmulas, apresentação de seus produtos, bem como informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos (BRASIL, 2003).

Essa previsão normativa estabelece que todo acontecimento externo, causador de dano material ou moral, decorrente de uma imperfeição, um defeito do produto, vindo a causar um acidente de consumo, deve ser reparado pelo fornecedor independentemente de culpa (DELFINO, 2002).

Stoco (1999) ressalta que a responsabilidade civil pelo fato do produto se alicerça na obrigação do fabricante de manter conduta profissional diligente na fabricação de produtos e na sua colocação no mercado distribuidor ao

consumidor final, posto que se defeituoso, inadequado ou impróprio ao consumo poderá causar danos. Assevera ainda que:

A expressão “fato do produto”, como causa de responsabilização, significa a possibilidade de o produto, ou dos serviços contratados, por si mesmo, causar dano a alguém ou frustrar a expectativa do usuário, através de resultados positivos ou negativos, seja em razão de defeito original, por força de fabricação inadequada, seja porque não proporciona a essencialidade para a qual foi prometido ou anunciado à venda, seja em virtude de seu acondicionamento inadequado com potencialidade lesiva, seja, ainda, em função de expiração de sua validade (STOCO, 1999).

Ainda, consoante prevê o art. 6º do CDC, em seu inciso I, são direitos básicos do consumidor a proteção de sua vida, saúde e segurança em face dos riscos provocados pelos produtos considerados perigosos ou nocivos (BRASIL, 2003). Outrossim, o art. 8º ressalta novamente que os produtos colocados no mercado de consumo não irão acarretar riscos à saúde ou segurança dos consumidores, devendo os fornecedores prestarem sempre informações necessárias e adequadas a seu respeito (BRASIL, 2003).

Analisando os preceitos supracitados, percebe-se que as indústrias fumageiras apresentam predominantemente dois defeitos fundamentais: seu produto acarreta ao consumidor riscos à saúde, conforme já demonstrado em item específico deste trabalho, além de não prestar as devidas informações sobre o cigarro. Estes são considerados defeitos juridicamente relevantes, conhecidos como defeitos de concepção e informação, respectivamente, que tornam possível a responsabilização civil do fornecedor do cigarro, de acordo com o *caput* do artigo 12 do CDC (DELFINO, 2002).

## DEFEITO DE CONCEPÇÃO

Não se pode negar que a atividade das empresas fumageiras é totalmente lícita, sendo permitida a produção e comercialização do produto em todo o país. Ocorre que, apesar da licitude do cigarro, o produto inegavelmente apresenta na sua composição inúmeros componentes que causam danos à saúde do consumidor, conforme já analisado no presente trabalho.

O defeito de concepção ou criação surge de um erro no projeto do produto, de um equívoco na escolha do material ou do componente orgânico que é nocivo à saúde do consumidor. Delfino (2002) entende que o principal defeito na composição

do cigarro está na presença da nicotina, substância psicotrópica já referida quando da análise das substâncias maléficas do cigarro. Segundo o autor, a nicotina, por ser a causadora da dependência física do fumante<sup>14</sup>, gera um defeito de concepção que perdura desde sua criação. O fato de que está presente no cigarro uma substância que vicia comprova que seu uso é involuntário, retirando do fumante a autonomia da vontade em relação ao produto (DELFINO, 2002).

Segundo Pedreira (2002):

As demandas surgidas no Brasil têm por fundamento a responsabilização civil das empresas fabricantes de fumo, sob o argumento de que o tabaco, altamente nocivo à saúde, tenha levado à morte de pessoas que não conseguiram se “livrar do vício”. Aduzem, os demandantes, que o tabagismo é a maior *causa mortis* do mundo, não havendo como reverter-se a situação, já que os danos à saúde são irreparáveis. (PEDREIRA, 2002)

## DEFEITO DE INFORMAÇÃO

A informação recebeu tratamento diferenciado no Código de Defesa do Consumidor, situando-se no elenco dos princípios da Política das Relações de Consumo (art. 4º, inc. IV da Lei 8.079/90 – BRASIL, 1990), bem como no rol dos direitos básicos do consumidor<sup>15</sup>. Tal tratamento advém dos casos em que consumidores envolvem-se em situações que afetam sua saúde e segurança, em decorrência de informações inadequadas, insuficientes ou, ainda, pela total inexistência delas sobre a utilização e riscos de determinados produtos ou serviços (DELFINO, 2002). O artigo 9º do Código de Defesa do Consumidor, intensificando a importância do dever de informar, determinou:

O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito de sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto (BRASIL, 2003).

---

<sup>14</sup> Ressalta-se que no país não existe nenhuma prova técnica de que a substância efetivamente provoque o vício (a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) não classifica a substância como tal, sendo esta, portanto, aos olhos do Estado, incapaz de acarretar danos à comunidade). Tal conclusão se alicerça em relatórios e estudos médicos do mundo todo que caracterizam a nicotina como substância psicotrópica.

Conforme lição de Marques (2003), “o art. 9º refere-se a produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança, daí incluir, segundo a doutrina, bebidas alcoólicas, tabaco, agrotóxicos, fogos de artifício, material radioativo” (grifo nosso), etc.

O artigo 8º, parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, também reforça o direito básico à informação, obrigando o fabricante a instruir o consumidor mediante impressos apropriados que deverão acompanhar o produto industrializado (BRASIL, 2003).

Por fim, o artigo 31 do Diploma Legal prevê que a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar, em língua portuguesa, informações corretas, claras, precisas, ostensivas sobre suas características, qualidades, quantidades, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que podem oferecer à saúde e segurança dos consumidores (BRASIL, 2003). Dessa forma, não basta a existência de simples informação, é necessário que ela seja eficiente e precisa, atingindo diretamente a capacidade de discernimento do consumidor.

Segundo lição de Fradera (1990), a informação, como dever do fabricante para com o consumidor, traduz-se em duas formas, simultaneamente: a) informação sobre a utilização do produto; b) advertência a respeito de eventuais perigos decorrentes da má utilização do produto ou sobre a sua natureza, se perigoso em si mesmo. Ainda, ressalta a autora que em se tratando de produto perigoso, é preciso que se alerte o consumidor acerca das precauções a serem tomadas ao utilizar ou consumir o produto.

Apesar de todas as exigências legais, as empresas fabricantes de fumo parecem ignorá-las. Se for analisado os maços de cigarros vendidos, essas serão as informações obtidas: *Ingredientes básicos: mistura de fumos, açúcares, papel de cigarros, extratos vegetais e agentes de sabor*.

Ora, por óbvio que, após se tomar conhecimento de todas as substâncias maléficas presentes no cigarro, tais informações se mostram precárias, omitindo do consumidor fatos que, possivelmente, o influenciariam em sua decisão de consumir o produto. Vale ressaltar que as informações inseridas pelo Ministério da Saúde acerca dos malefícios do cigarro, como, por exemplo, imagens que mostram indivíduos doentes, de forma alguma eximem as empresas fumageiras de seu dever de informar, pois o Código de Defesa do Consumidor é claro ao afirmar que tal obrigação é dos fornecedores, não do Estado.

---

<sup>15</sup> Art. 6º da Lei 9078/90: “são direitos básicos do consumidor: III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como os riscos que apresentam” (BRASIL, 1990).

## A PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA DO CIGARRO

Em 2000, a Lei 10.167 restringiu o uso da propaganda aos produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. Todavia, a maior arma contra a publicidade dos cigarros surgiu com a publicação do Código de Defesa do Consumidor, pois, até então, a publicidade era ignorada, não sendo reconhecida como um instrumento poderoso de influência do consumidor (DELFINO, 2002).

O artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, ao advertir que (“é proibida toda a publicidade enganosa ou abusiva”) (BRASIL, 2003), ressalta em seu parágrafo 1º que é enganosa,

qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (BRASIL, 2003).

Como publicidade enganosa, define Marques (2003) que é aquela suscetível de induzir em erro o consumidor, mesmo através de suas omissões; a autora ressalta que a interpretação deve ser ampla, pois o “erro” é toda e qualquer falsa noção da realidade. Conforme seu entendimento, o fornecedor que veicula uma publicidade enganosa estará desobedecendo a proibição legal do artigo 37, vindo a cometer um ato ilícito.

Ressalta-se que o Código de Defesa do Consumidor prevê penalidades àquele que faz afirmação falsa ou enganosa, ou omite informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho de produtos ou serviços, constituindo conduta criminosa, consoante artigo 66<sup>16</sup>.

Já a publicidade abusiva é aquela, segundo preceitua o artigo 37, § 3º do Código de Defesa do Consumidor, “que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança” (BRASIL, 2003). Da mesma forma que a enganosa, tal publicidade também é considerada ilícita, devendo ser responsabilizado civilmente aquele que promove os seus produtos ou serviços dessa forma (MARQUES, 2003).

Ao analisar a publicidade que durante anos foi veiculada a respeito do cigarro, vê-se que ela é tanto enganosa, quanto abusiva. Consoante lição de Delfino (2002), a publicidade do cigarro, durante todos os anos em que pôde ser veiculada, nunca teve o intuito de informar o consumidor; seu objetivo sempre

foi o de criar uma necessidade artificial de consumo, fazendo com que algumas pessoas, inconscientemente, acabassem por acreditar que o produto possuía relação com suas maneiras de viverem<sup>17</sup>.

Ressalta-se, ainda, que o livre arbítrio do indivíduo em optar ou não pelo uso do cigarro, (“desde a época em que o cigarro foi colocado no mercado, é altamente influenciado por propagandas que não apenas sugerem, mas induzem o uso do fumo. [...] toda a publicidade era feita com homens viris e elegantes e mulheres belíssimas e extremamente sensuais”) (PEDREIRA, 2002). A forma abusiva da publicidade é percebida no fato de que o cigarro, por ser um produto que comprovadamente causa danos à saúde, não poderia ter uma propaganda que faz apologia a ele. Assevera a doutrina que:

A publicidade de produtos potencialmente perigosos jamais poderá ter características persuasivas. Isso porque o produto acaba por aparentar-se pouco ou nada perigoso e sua capacidade de aniquilar a saúde dos consumidores é colocada em segundo plano. Em decorrência disso, vários consumidores acabam estimulados a utilizar o produto, desconsiderando sua própria saúde e segurança (DELFINO, 2002).

Diante da demonstração dos defeitos de concepção e informação presentes no cigarro, defeitos estes previstos no artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, tem-se presentes todos os elementos caracterizadores da responsabilidade civil em um caso concreto: há um dano causado por uma ação; esse dano é causado pelo cigarro, pois este causa malefícios à saúde do consumidor graças a seus componentes de fabricação, bem como pelas precárias informações fornecidas pelos fabricantes, corroboradas por uma publicidade enganosa e abusiva (PEDREIRA, 2002). Dessa forma, cabe ao autor lesado (ou seus familiares em caso de morte) o ônus de provar em ações relacionadas ao tema. Deverá este demonstrar: a) que era ou é fumante; b) a marca do cigarro que consumia ou consome; c) que a enfermidade adquirida surgiu do consumo daquele cigarro; d) os danos suportados (DELFINO, 2002).

---

<sup>16</sup> Pena: detenção de 3 meses a 1 ano e multa; se o crime é culposo: detenção de 1 a 6 meses ou multa (BRASIL, 2003).

<sup>17</sup> Vários anúncios publicitários do cigarro exploravam as atividades esportivas, como a escalada, automobilismo, etc. Os anúncios sempre possuíam atores jovens, bonitos e saudáveis. Ademais, a sociabilidade é outro aspecto explorado, indicando que o cigarro é

## ANÁLISE JURISPRUDENCIAL

A partir do reconhecimento dos malefícios causados pelo cigarro, os Tribunais brasileiros passaram a receber demandas buscando a responsabilização dos fabricantes de cigarro pelos danos sofridos por fumantes. Inicialmente, as decisões eram, em sua maioria, no sentido de não responsabilizar as empresas fumageiras; todavia, com o desenvolvimento de novos e modernos estudos sobre os efeitos do cigarro, com o surgimento de novas demandas relacionadas ao assunto e com um estudo mais aprofundado sobre os preceitos do Código de Defesa do Consumidor, os Tribunais passaram a considerar a possibilidade de responsabilizar essas empresas pelos danos causados aos consumidores, utilizando-se dos argumentos abordados neste trabalho.

A importância de uma análise jurisprudencial sobre o tema baseia-se no fato de que, conforme lição de Delfino (2002), as ações que há pouco tempo surgiram no Brasil, buscando indenizações pelos malefícios resultantes do tabagismo, eram oriundas do plágio de prática vigorante em outros países. Esclarece, ainda, que se deve ter em mente que nem tudo o que se adota ou se aceita em outros sistemas jurídicos é adequado ao sistema nacional, a fim de que não se cometam disparates absurdos, como os ocorridos, em algumas situações, nos Estados Unidos da América do Norte (DELFINO, 2007).

Primeiramente, quanto à análise dos malefícios causados pelo cigarro, a jurisprudência se mostra bastante rica em informações, entendendo que o cigarro, haja vista as substâncias que o compõem, causa inúmeros males ao consumidor. Nesse sentido, a Apelação Cível do Tribunal de Justiça do RS que trata da responsabilidade civil de uma empresa fabricante de fumo, assevera que:

Durante o consumo destes produtos são introduzidas no organismo mais de 4.700 substâncias tóxicas, incluindo nicotina (responsável pela dependência química), monóxido de carbono (gás venenoso que sai do escapamento de automóveis), alcatrão, constituído por aproximadamente 48 substâncias pré-cancerígenas como agrotóxicos e substâncias radioativas (que causam câncer). O tabagismo é diretamente responsável por 30% das mortes por câncer, 90% das mortes por câncer de pulmão, 25% das mortes por doença coronariana, 85% das mortes por doença pulmonar obstrutiva crônica e 25% das mortes por doença cerebrovascular. Outras doenças que também estão relacionadas ao uso do cigarro são aneurisma arterial, trombose

vascular, úlcera do aparelho digestivo, infecções respiratórias e impotência sexual no homem (BRASIL, 2007).

A Apelação Cível nº 70016845349 informa ainda que:

A OMS informa que o tabagismo é prioridade de saúde pública porque “é a segunda maior causa de morte no mundo. É atualmente responsável pela morte de um em cada dez adultos no mundo inteiro (cerca de 5 milhões de mortes a cada ano). Se os padrões atuais de fumo continuarem, ele causará cerca de 10 milhões de mortes anuais em 2020. Metade das pessoas que fumam hoje – cerca de 650 milhões de pessoas – será morta pelo tabaco”. No Brasil, estima-se que sejam 200 mil mortes a cada ano (OPAS, 2002). Ou seja, o cigarro mata mais que AIDS, drogas, acidentes de trânsito, homicídio e suicídio juntos (BRASIL, 2007).

Diante de tais informações, constata-se que há a demonstração da responsabilidade pelo fato do produto quanto ao defeito de concepção explicado no presente trabalho, previsto no art. 12 do CDC. Isso ocorre porque o cigarro apresenta em sua composição, fabricação, criação, componentes maléficis ao fumante, o que se considera um defeito do produto.

Consoante já mencionado, apesar da comprovação de que se trata de produto causador de inúmeras doenças ao ser humano, este é lícito, podendo ser comercializado em todo o Brasil; todavia, tal licitude não o exime de responsabilidade. É o mesmo caso dos fogos de artifício, por exemplo: é produto lícito mas sabidamente perigoso; se tal produto causar danos ao usuário o fornecedor será responsável de forma objetiva pela reparação destes, pois assumiu o risco de fornecer tal produto.

Quanto ao defeito de informação, defeito juridicamente relevante também previsto como ensejador da responsabilidade pelo fato do produto, o Tribunal do Rio Grande do Sul também vem se posicionando no sentido de reconhecê-lo no produto do cigarro. Veja-se:

A omissão voluntária do fabricante ligada à propagação de informações contraditórias por meio de publicidade massiva impede que o consumidor realmente tenha acesso às informações essenciais sobre o produto e possa, assim, aferir o risco grave e concreto à sua saúde. As propagandas nas quais aparecem pessoas felizes, saudáveis e bem

sucedidas fumando cigarros são exemplos de mensagens contraditórias transmitidas aos consumidores a partir dos anos 50, época em que a imagem de pessoas consumindo cigarros era imediatamente associada à elegância, sexualidade e juventude (BRASIL, 2007).

Conscientes de que a nicotina gera dependência, os fabricantes de cigarros gastam milhões de dólares em publicidade dirigidas aos jovens. Apesar da lei de restrição da propaganda de produtos derivados do tabaco, sancionada no Brasil em dezembro de 2000, as falsas imagens continuam influenciando fortemente no comportamento de jovens e adultos. Ora, a indústria de tabaco em geral sempre soube e teve pleno conhecimento e consciência de todos os males que o consumo de fumo causa aos seres humanos, de modo que, nessas circunstâncias, a conduta das empresas é evidentemente dolosa (BRASIL, 2007).

Veja-se que nos exemplos anteriormente expostos, a jurisprudência reconhece que durante muitos anos a publicidade foi utilizada pelas empresas fumageiras de forma totalmente ilegal, distorcendo a imagem do cigarro, ao invés de informar a população sobre os riscos que corriam ao consumi-lo. Assim, os fornecedores desse produto prestaram informações inadequadas e insuficientes sobre a utilização e riscos, incorrendo no dever de responsabilizar.

Dessa forma, resta demonstrado que o entendimento jurisprudencial, quando favorável à responsabilização civil das empresas fumageiras, alicerça suas decisões nos defeitos de informação e concepção presentes no produto cigarro e previstos no Código de Defesa do Consumidor.

## CONCLUSÃO

Conforme demonstrado ao longo do texto, o cigarro apresenta em sua composição inúmeras substâncias tóxicas que, além de causarem malefícios à saúde, são responsáveis pela dependência química do consumidor. Os conceitos de consumidor, fornecedor e de produto presentes no Código de Defesa do Consumidor são necessários para uma análise crítica acerca da responsabilização das empresas fumageiras pelos danos causados aos consumidores do cigarro.

Após analisados esses conceitos, percebe-se que o uso do cigarro pelo fumante se trata de uma típica relação de consumo e que, portanto, deve ser

analisada de acordo com os preceitos da legislação consumerista. Apesar das discussões acerca da possibilidade de responsabilização das empresas fabricantes de fumo, o Código de Defesa do Consumidor prevê tal hipótese, consoante análise do artigo 12, que trata da responsabilidade pelo fato do produto, corroborado por outros dispositivos legais que preveem a proteção à saúde e segurança do consumidor (artigos 6º, 8º, 9º e 31 do CDC).

Tal preceito destaca que o fornecer de um produto, por exemplo, o cigarro, que possui defeitos de concepção (substâncias maléficas em sua composição, causadoras de inúmeras doenças e, inclusive de óbitos), bem como de informação (não presta informações claras e precisas sobre os malefícios do cigarro nos rótulos dos produtos e utiliza da publicidade para iludir o consumidor e mascarar a verdade sobre o tabaco, mostrando pessoas saudáveis e felizes em suas propagandas, ao invés de utilizar os meios de informação para alertar sobre os riscos da utilização do produto) deve, de forma objetiva, reparar os danos causados aos consumidores.

Dessa forma, parece claro que as empresas fabricantes de fumo são responsáveis pelos danos causados aos consumidores do cigarro, haja vista produzirem um produto que, sabidamente, causa danos à saúde do fumante. Essa responsabilidade é objetiva e, portanto, não necessita de demonstração de dolo ou culpa, bastando a comprovação do dano e do nexo de causalidade entre os malefícios e o uso do cigarro.

Nesse sentido, é crescente o número de ações judiciais pleiteando a reparação dos danos causados pelo cigarro; o Tribunal do Rio Grande do Sul tem se manifestado favoravelmente à responsabilização dessas empresas, utilizando-se dos mesmos argumentos supramencionados para embasar suas decisões.

## REFERÊNCIAS

CARLINI, Elisaldo Araujo (Org.). Drogas psicotrópicas – o que são e como agem. **Revista IMESC**, São Paulo, n. 3, 2001.

BRASIL, **Congresso Nacional**. Lei nº 8.079/90, de 12 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.cosif.com.br/captura.asp?arquivo=lo8078>>. Acesso em: set. 2007.

\_\_\_\_\_. **Congresso Nacional**. Lei nº 10.167/2000, de 27 de dezembro de 2000. Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/Leis/L10167.htm>>. Acesso em: set. 2007.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível** nº. 70000144626/2002. Relator: Sérgio do Nascimento Cassiano. Julgado em 24/11/2007. Disponível em: <[http://www.tjrs.jus.br/site\\_php/jprud2/resultado.php](http://www.tjrs.jus.br/site_php/jprud2/resultado.php)>. Acesso em: set. 2009.

\_\_\_\_\_. **Código de Defesa do Consumidor**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível** nº. 70016845349. Relator: Marilene Bonzanini Bernardi. Julgado em 18/12/2007. Disponível em: <[http://www.tjrs.jus.br/site\\_php/jprud2/resultado.php](http://www.tjrs.jus.br/site_php/jprud2/resultado.php)>. Acesso em: set. 2009.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível** nº. 70017506734. Relator: Luiz Ary Vessini de Lima. Julgado em 31/05/2007. Disponível em: <[http://www.tjrs.jus.br/site\\_php/jprud2/resultado.php](http://www.tjrs.jus.br/site_php/jprud2/resultado.php)>. Acesso em: set. 2009.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível** nº. 7007090798. Relator: Jorge Alberto Schereiner Pestana. Julgado em 26/09/2007. Disponível em: <[http://www.tjrs.jus.br/site\\_php/jprud2/resultado.php](http://www.tjrs.jus.br/site_php/jprud2/resultado.php)>. Acesso em: set. 2009.

DELFINO, Lúcio. **Responsabilidade Civil e Tabagismo no Código de Defesa do Consumidor**. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

\_\_\_\_\_. **Algumas reflexões sobre a Responsabilidade Civil da indústria de cigarros**. São Paulo. Disponível em: <<http://www.professordelfino.com.br/artigo2648>>. Acesso em: fev. 2007.

DENARI, Zelmo; FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código de defesa do Consumidor**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

FRADERA, Vera Maria Jacob de. O dever de informar do fabricante. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 656, 1990.

INCA. **Fumo pode matar 1 bilhão de pessoas neste século, diz OMS**. Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/tabagismo/atualidades/ver.asp?id=648>>. Acesso em: ago. 2007.

MARQUES, Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: artigos. 1º a 74º; aspectos materiais. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_. Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, 2006.

PEDREIRA, Adriana Lima. **Responsabilidade Civil das empresas fabricantes de fumo**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

STOCO, Rui. Responsabilidade Civil do fabricante pelo fato do produto. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 88, 1999.

UNIMED. **Tabagismo é doença crônica e cresce a relação de malefícios**. Disponível em: <[http://www.unimednatal.com.br/saude\\_online](http://www.unimednatal.com.br/saude_online)>. Acesso em: jan. 2008.

VEJA. São Paulo: Editora Abril, n. 2007/A, abr. 2004.