

## RESPONSABILIDADE CIVIL DAS EMPRESAS FUMAGEIRAS POR DANOS AOS DIREITOS DA PERSONALIDADE

### CIVIL LIABILITY OF FUMAGEIRAS COMPANIES FOR DAMAGES TO THE RIGHTS OF THE PERSONALITY

*Carlos Alexandre Moraes<sup>1</sup>*

*Dirceu Pereira Siqueira<sup>2</sup>*

**Resumo:** O objetivo do trabalho é demonstrar a responsabilidade civil das empresas tabagistas pelos danos que o seu produto (cigarro) causa aos fumantes, ferindo os direitos da personalidade. Sabe-se da importância do tabaco para o desenvolvimento econômico do país, entretanto, o direito à saúde é um direito fundamental previsto na Constituição Federal, e, precisa ser respeitado. Inclusive o Código de Defesa do Consumidor estabelece direitos básicos aos consumidores, entretanto, até o momento parece que não são aplicados quando se trata das empresas tabagistas. A pesquisa foi dividida em quatro tópicos: versando sobre os princípios constitucionais que podem ser aplicados na relação de consumo de cigarros; sobre o tabaco, o cigarro e os males causados pelo seu uso; sobre a importância do instituto da responsabilidade civil e a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nos casos envolvendo as empresas tabagistas e os fumantes. Para tanto, utilizou-se de uma metodologia dedutiva, aliada à consulta de material bibliográfico, de dados fornecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Organização Mundial de Saúde, pelo Instituto Nacional do Câncer e de decisões judiciais. Conclui-se que em razão das normas constitucionais e da legislação infraconstitucional as empresas tabagistas devem ser consideradas responsáveis pelos danos que os consumidores sofrem em consequência do consumo de cigarros.

**Palavras-chave:** Tabaco; Responsabilidade Civil; Danos; Indenização; Direitos da Personalidade.

**Abstract:** The aim of this paper is to demonstrate the liability of the tobacco companies for the damages that their product (cigarette) causes to smokers, hurting the rights of the personality. It is known of the importance of tobacco for the economic development of the country, however, the right to health is a fundamental right provided for in the Federal

---

1 Pós-doutor em Direito pela UniCesumar, bolsista CAPES. Doutor em Função Social do Direito pela FADISP. Doutor em Ciências da Educação pela UPAP. Mestre em Direito pela UniCesumar. Professor Titular permanente do programa de mestrado da UniCesumar. Professor do Curso de Direito da UniCesumar. Advogado no Paraná e autor de livros. Editor da Revista de Constitucinalização do Direito Brasileiro - RECONTO. Pesquisador Bolsista - Modalidade Produtividade em Pesquisa para Doutor PPD - do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação (ICETI).

2 Coordenador e Professor Permanente do Programa de Doutorado e Mestrado em Direito do Centro Universitário Cesumar (UniCesumar); Pós-doutor em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (Portugal), Doutor e Mestre em Direito Constitucional pela Instituição Toledo de Ensino - ITE/Bauru, Especialista Lato Sensu em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário de Rio Preto, Pesquisador Bolsista - Modalidade Produtividade em Pesquisa para Doutor - PPD - do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação (ICETI), Professor nos cursos de graduação em direito da Universidade de Araraquara (UNIARA), do Centro Universitário Unifafibe (UNIFAFIBE) e do Centro Universitário da Fundação Educacional de Barretos (UNIFEB), Professor Convidado do Programa de Mestrado em "Gestão Estratégica de Empresas - Master Of Science in Administrative Studies (MSAS)" - Disciplina: "Ética e Legislação" University Missouri State – EUA, Consultor Jurídico, Parecerista, Advogado.

Constitution, and needs to be respected. Even the Consumer Protection Code establishes basic consumer rights, but so far it seems that they are not applied when it comes to tobacco companies. The research was divided into four topics: dealing with the constitutional principles that can be applied in the relationship of cigarette consumption; on tobacco, cigarettes and the ills caused by their use; on the importance of the civil liability institute and the application of the Consumer Protection Code in cases involving tobacco companies and smokers. To this end, we used a deductive methodology, allied to the consultation of bibliographic material, data provided by the National Health Surveillance Agency, World Health Organization, the National Cancer Institute and court decisions. It follows that due to constitutional rules and non-constitutional legislation, tobacco companies should be held responsible for the harm consumers suffer as a result of cigarette smoking.

**Keywords:** Tobacco; Civil responsibility; Damage; Indemnity; Rights of the Personality.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho procurou analisar a responsabilidade civil das empresas tabagistas por danos causados aos direitos da personalidade dos fumantes, para isso, o artigo foi dividido em quatro tópicos. No primeiro tópico, é feita uma abordagem sucinta dos quatro princípios constitucionais aplicados na relação entre as empresas tabagistas e o fumante, ou seja, princípio da dignidade da pessoa humana, princípio da solidariedade, princípio da prevenção e o princípio da reparação integral.

No segundo item, o enfoque é o tabaco, inicia com o conceito, passando pelo seu surgimento e sua rápida proliferação pelo mundo, seus componentes e a ação biopatológica dos componentes do fumo no tabaco, entre eles a nicotina e o monóxido de carbono.

Na sequência o assunto é o Código de Defesa do Consumidor e sua aplicação na relação existente entre as empresas tabagistas e os fumantes. São apresentados os conceitos para os termos consumidor e fornecedor, sendo enquadrado aqui a pessoa do fumante e as empresas tabagistas, respectivamente. São apresentados os direitos básicos dos consumidores sendo feita uma relação com o consumo de cigarro e suas consequências.

E, por fim, o último tópico é a responsabilidade civil tema central da pesquisa, onde são apresentadas lições preliminares, uma rápida exposição sobre sua origem, os elementos necessários para sua caracterização (ação, dano, nexo de causalidade e culpa) e a passagem da responsabilidade civil fundada na culpa para a teoria do risco, ou seja, a forma como deve ser apurada a culpabilidade das empresas tabagistas, uma vez que se trata de uma relação de consumo. Terminando com as transcrições de alguns julgados brasileiro, que reconheceram o dever de indenizar das empresas tabagistas pelos prejuízos causados aos fumantes, contudo, as decisões foram reformadas pelo Superior Tribunal de Justiça.

Dessa forma, procurar-se-á demonstrar que as empresas tabagistas devem ser responsabilizadas pelos danos que seu produto (cigarro) causa aos consumidores brasileiros, da mesma forma como já acontece nos Estados Unidos da América.

## **2 DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS APLICADOS NA RELAÇÃO ENTRE EMPRESA TABAGISTA E O FUMANTE/CONSUMIDOR**

A Constituição Federal brasileira promulgada em 05 de outubro de 1988, deu origem as grandes transformações no campo do Direito Civil, dada a sua importância, alguns temas deste ramo do direito foram abordados na CF/88, são eles: a dignidade da pessoa humana (art. 1.º inciso III e art. 226, § 7.º), indenização por danos materiais e morais (art. 5.º, inciso V), a defesa do consumidor realizado pelo Estado (art. 5.º, inciso XXXII), dessa forma, os institutos de Direito Privado também devem ser analisados a partir da CF/88 (TARTUCE, 2016, p. 5). Pelo menos quatro princípios constitucionais e infraconstitucionais são identificados no campo da responsabilidade civil, são eles: dignidade da pessoa humana, da solidariedade, da prevenção e o da reparação integral.

A proteção da dignidade humana é o principal princípio consagrado pela CF/88. É possível fazer uma relação entre a dignidade da pessoa humana e a responsabilidade civil, uma vez que cada pessoa é merecedora de respeito e consideração por parte de todos, aqui se inclui o Estado e a sociedade, sendo assegurados direitos e deveres e que a pessoa pode se defender contra qualquer ato que possa colocá-la em situação desumana ou degradante (SARLET, 2006, p. 60). Fica evidente a questão protetiva da dignidade humana, sendo a pessoa deve ser blindada como um todo (física, psíquica e moralmente).

A responsabilidade civil e o princípio da dignidade da pessoa humana (inclui-se os direitos da personalidade) é muito fértil, alguns casos famosos que feriram o princípio da dignidade da pessoa humana: *lancer de nain* (lançamento de anão), caso do vendedor que não atingiu as metas, advogado homossexual, entre outras situações que foram parar no Poder Judiciário (SCHREIBER, 2014, p. 9), da mesma forma, o uso do cigarro pode causar danos a pessoa e conseqüentemente atinge a dignidade humana, causando por exemplos, dor, sofrimento, doenças, amputações e até a morte prematura das pessoas.

O princípio da solidariedade (BRASIL, 1988) encontra asilo no art. 3.º, inciso I da Constituição Federal, a melhor interpretação para o termo “solidariedade” é de se colocar no lugar do outro, de sentir a dor do outro. A solidariedade caracteriza a pessoa humana e que cabe a todos ajudar a construir uma sociedade melhor (MORAES, 2001, p. 178), a sociedade que cada um quer para si e para os seus. Alvino (1988, p. 329) faz uma relação entre o princípio da solidariedade e a responsabilidade civil:

Se materializou a noção da responsabilidade, no sentido de não procurar o elemento moral subjetivo, a imputabilidade moral, que filosoficamente é o pedestal da teoria subjetiva, não desprezou, entretanto, os princípios de uma elevada moral, dentro de um sistema solidarista, que não enxerga indivíduos justapostos e isolados, mas um organismo de humanidade no qual todos os membros são solidários.

Dessa forma, o que se evidencia na solidariedade é tentar restabelecer o *status quo ante*, a preocupação não deve estar em encontrar culpados, mas sim em realizar a reparação do dano, e, de preferência de forma fraterna. É evidente que as empresas tabagistas fabricantes de cigarro, não respeitam esse princípio, caso contrário já mais estariam fabricando um produto que está relacionado a inúmeras doenças e a morte, nos principais clientes.

Na sequência, tem-se o princípio da prevenção, este tem como significado prevenir, que, segundo Amora (2014, p. 695), constitui em “impedir que se execute” aplicando na responsabilidade civil impedindo que o dano seja produzido. O ditado popular “é melhor prevenir do que remediar”, não poderia ser mais bem aplicado no direito, do que neste momento, tanto que Farias, Rosenvald e Braga Netto (2015, p. 19) dão destaque no sentido de que “a prevenção é o cerne da responsabilidade civil”. E, complementam os autores

[...] Evitar e mitigar um dano se converte em questão central e maior desafio para a responsabilidade civil do século XXI. A prevenção como antonomásia da responsabilidade civil contemporânea. Ao invés de agir reativamente ao dano consumado (direito remediador) – pela via da indenização ou da compensação –, devemos conservar e proteger bens existenciais e patrimoniais (direito proativo). Toda pessoa ostenta um dever *ex ante* de evitar causar um dano injusto, agindo conforme a boa-fé e adotando comportamentos prudentes para impedir que o dano se produza a sua magnitude. Ademais, caso o dano já se tenha produzido, que se evite o seu agravamento (*duty to mitigate the own loss*). (FARIAS, ROSENVALD, BRAGA NETO, 2015, p. 19).

A prevenção nada mais é do que respeitar o milenar princípio *neminem laedere*. Para que isso ocorra, as pessoas devem respeitar as regras e agir com prudência. Todos devem se comportar

de maneira que não venham causar danos a terceiros, todavia, quando as mencionadas normas são violadas aplica-se a responsabilidade civil para que o dano seja reparado ou até mesmo compensado.

Se considerar que as empresas tabagistas fizeram uso de publicidade, com intuito de alcançar os consumidores, no início do século XX, tinham como alvo os homens; dessa forma, o *marketing* explorava a imagem feminina, o grande desejo masculino, conforme matéria vinculada na Revista Veja (2006):

**Cigarros Dalila** - Deve ter sido o maior furor da época. Completamente nua, recostada num divã, recoberta apenas por um tecido transparente, fumando com a mãozinha direita. **Cigarros Salomé** - mostra uma mulher morena de perfil, exibindo pescoço, ombro, braço e parte do seio direitos. Tem grandes olhos negros e os lábios pintados em forma de coração. 1918. **Cigarros Primavera** - a imagem é de uma mulher voando nua, com imensas asas de borboleta, envolta por tecido transparente. **Cigarros La Pavlova** - homenageia uma bailarina estrangeira, Ana Pavlova. Traz uma pintura da mesma vestida a caráter. Num pequeno texto está escrito: "A Rainha da Dansa". **Cigarros Delícias de Cuba** - usa uma mulher que se recosta sobre uma sacada, recebendo raios de sol. Ela mostra os ombros e a parte superior dos seios. 1918. **Cigarros Elite** - extrapola, coloca duas (!) mulheres com tiaras de flores na cabeça. Está escrito que "era o cigarro preferido dos salões da sociedade". **Cigarros Flirt** - exhibe uma mulher sob o vento, com as roupas tremulando e uma "sombriinha" à mão. Olha com o rabo do olho, com ares de despretegida. Década de 20. **Cigarros Favoritos** - aparece uma mulher solitária dirigindo um imenso carro vermelho conversível. Década de 20. **Cigarros Yolanda** - uma louraça de sombrancelhas negras, faz biquinho. Diz-se que era conhecida como a "loura infernal". **Cigarros Marly** - surge uma mulher estilo cigana, com olhos entreabertos. Usa chapelão e um grande lenço cai sobre si. **Cigarros Eldorado** - o estilo é a de mulher do campo. Levanta, displicentemente a saia do seu vestido vermelho, tomando conta de uma ovelha. Década de 40.

Alguns *slogans* utilizados pelas empresas tabagistas no afã de atingir os consumidores “mais médicos fumam Camel do que qualquer outra marca”, a mensagem era que se os médicos fumam é porque não faz mal a saúde; nesse mesmo sentido, “Jogue limpo – fume *Chesterfield*” ou ainda “para uma boa digestão fume Camel”, e “o cigarro testado para a garganta” a marca *Chesterfield* foi mais longe anunciava que “nariz, garganta e outros órgãos acessórios não são afetados desfavoravelmente pelos que fumam *Chesterfield*” (CARVALHO, 2001, p. 46).

Ressaltando as motivações para fumar, Gade (1998, p. 109) conclui com muita propriedade que “uma vez que em psicologia se sabe que a escolha é feita em parte em função de motivos inconscientes. Na situação de compra, o consumidor tende a agir de forma emocional e

compulsiva, reagindo no plano do inconsciente a imagens e produtos que seu subconsciente associa ao produto”, e como não poderia ser diferente o exemplo é o fato de fumar, veja-se:

Fumar pode servir de exemplo porque: as pessoas fumam para aliviar a tensão, para expressar sociabilidade e se sentir mais à vontade em situações sociais, para aliviar cansaço, angústia. E parece que as pessoas fumam apesar do risco que significa para sua saúde num desafio a esta mesma culpa e repressão da infância. Fumando, estariam expressando maturidade, virilidade ou uma tênue forma de contestação.

Continua Gade (1998, p. 109) “fumar teria o prazer da coisa proibida. Da autogratificação.” Por isso, sempre foi explorada a questão do prazer aliada as publicidades enganosa e abusiva, realizado pelo apelo psicológico, como já foi visto, são as principais motivações que levam o ser humano ao vício e, principalmente, crianças e adolescente.

Dessa forma, fica fácil concluir que se tem um princípio que não é respeitado pelas empresas tabagistas é o princípio da prevenção, pelo contrário, utilizam da publicidade e da mensagem subliminar para alcançar cada vez mais consumidores para um produto que lesa e mata.

Por fim, o princípio da reparação integral – seu fundamento está na ciência da justiça corretiva de Aristóteles (SANSEVERINO, 2010, p. 56-57) - significa que o ofendido deve ter o dano sofrido reparado em sua totalidade, ou seja, a vítima deve retornar à situação *status ad quo*, nem que, para isso, seja expropriado o patrimônio do causador do dano, mas sem esquecer do que orienta a doutrina francesa *tout le dommage, mais rien que le dommage*.

Por isso, é certo que “escopo ideal de toda a reparação de danos é conseguir que o lesado não fique nem mais pobre nem mais rico do que estaria se o fato danoso não se houvesse produzido (FISCHER, 1938, p. 192).”

O princípio da *restitutio in integrum* já era aplicado pelos romanos, uma vez que os danos também deveriam ser reparados em sua totalidade, o dano não reparado pode gerar uma insegurança na sociedade, produzindo sentimento de injustiça.

A aplicação do mencionado princípio só ocorrerá plenamente quando a indenização for exata ao prejuízo sofrido. Tratando-se de bem material, não há tanta dificuldade em mensurar o prejuízo, todavia, no caso de o ofendido sofrer dano moral, o problema está em quantificar a lesão, e, muitas das vezes o princípio da reparação integral acaba sendo violado, pois por mais que ocorra uma condenação pecuniária, o valor atribuído não é o suficiente para que ocorra a reparação integral do sofrimento.

O princípio da reparação integral está explícito no art. 944 do Código Civil, onde prescreve que “a indenização se mede pela extensão do dano”, dessa forma, a indenização está relacionada ao prejuízo causado, ressarcir mais do que a lesão gera enriquecimento ilícito.

A Constituição Federal de 1988, muito colaborou com o princípio da indenização integral, uma vez que no art. 5.º, inciso V, determinou que “[...] é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo [...]” (BRASIL, 1988). Assim, todo dano deve ser indenizado integralmente, de acordo com a sua extensão, nem a mais nem a menos do que o dano sofrido.

As principais doenças apresentadas por tabagistas são: a) câncer: de pulmão, boca, laringe, faringe, colo de útero, estômago, esôfago, rim, bexiga, pâncreas; b) doença coronariana: infarto e angina; c) doença pulmonar obstrutiva crônica: bronquite e enfisema; d) doença cerebrovascular: derrame cerebral, porém não as únicas (MORAES, 2009, p. 71).

Dessa forma, o uso do tabaco atinge alguns direitos da personalidade como a vida (leva o indivíduo a morte), a integridade física (muitas vezes o tabagista sofre amputações em seu corpo) e psíquica (cria uma dependência), à saúde (inúmeras doenças), a voz (são extirpadas as cordas vocais) e a moral (a dor pelos danos sofridos). (MORAES, 2009, p. 71).

Segundo estudos, a porcentagem de um fumante contrair o câncer de pulmão, de bronquites e enfisema, laringe, boca e do esôfago é de 1000% (mil por cento), 610 % (seiscentos por cento), 540% (quinhentos e quarenta por cento), 410% (quatrocentos e quarenta por cento) e 340% (trezentos e quarenta por cento), respectivamente (SILVEIRA, 1982, p. 41).

Evidente que o princípio da reparação integral também não é cumprido pelas empresas tabagistas, especialmente, por entenderem que o produto que fabricam não é responsável pelos danos que os fumantes sofrem em razão do consumo de cigarros. Ao contrário, uma das teses utilizada para isso é o livre-arbítrio, ou seja, se o ato de fumar causa doenças e/ou a morte do consumidor, trata-se de culpa exclusiva do fumante que optou pela arte de fumar, fica a ideia que esquecem que entre os elementos utilizados para a fabricação do cigarro está a nicotina, que tem a função de causar dependência.

### **3 O TABACO (CIGARRO): DE UM PRODUTO DESCONHECIDO A DESEJADO E QUE CAUSA A MORTE A MILHÕES DE PESSOAS**

#### **3.1 ORIGEM**

Aproximadamente no ano de 1000 a.C. o tabaco já era utilizado pelos índios da América Central, era utilizado tanto no tratamento de algumas doenças e também em rituais (DELFINO, 2008, p. 3). Entretanto, o surgimento do tabaco não é unânime na literatura, para uns o *tabaco* teve origem no Haiti, contudo a relatos que a planta já era fumada na Ásia (MORAES, 2009, p. 142)

A sua chegada a Europa não há uma unanimidade, uns atribui a um francês Jean Nicot, diplomata que mora em Portugal, após viagem à América Central (1559) e por isso, em sua homenagem o termo nicotina, outros, atribuem a André Thevet, um franciscano que participou de uma expedição francesa (1555/1567) e que levou as sementes das plantas que teria pego no Brasil (MORAES, 2009, p. 142).

Após a sua chegada à Europa, as folhas do tabaco foram utilizadas como remédio para curar enxaqueca, dores de cabeça, os males do estômago e úlceras, inclusive utilizada pela rainha, Maria Catarina de Médicis, contudo, não teve grandes repercussões e em pouco tempo alguns médicos afirmaram que o seu uso era prejudicial e que inclusive diminuía a virilidade, (DELFINO, 2008, p. 3). O tabaco foi definido como uma grande erva “(...) de origem sul-americana, de folhas amplas, oblongas, acuminadas e macias, flores vistosas, tubulosas e róseas, e que possui nicotina, razão por que a infusão das folhas serve para matar parasitos (...) (AURÉLIO, 2005, CD)” e não é só, considerado um produto responsável pela “maior causa isolada e evitável de morte no mundo (KIRCHENCHTEJN, 2002, p. 18).

Como um produto (tabaco) que causa tanto males, inclusive a morte de milhões de pessoas e que há 400 anos era praticamente desconhecido, utilizado apenas pelos índios da América, hoje, é conhecido em todo o mundo?

Vários fatores colaboraram para a expansão do consumo do cigarro, primeiro porque o tabaco passa ser cultivado além da América Latina e Caribe, passando a ser cultivado, por exemplo, Inglaterra, Áustria, Alemanha, Itália e Indonésia, segundo após a independência dos Estados Unidos, a Inglaterra perde o monopólio na fabricação de pastilhas, rapé, cigarros e tabaco de pipa (TARTUCE, 2011, p. 337-338).

É bem provável que o campo cinematográfico também contribuiu para que o tabaco fosse rapidamente difundido e desejado, as telas do cinema trouxeram todo o *glamour* de que o ato de fumar tem um ar de sensualidade (CARVALHO, 2006, p. 6), além do que, “muitos atores e diretores receberam cachê para incluir baforadas nos filmes” (SUPER INTERESSANTE, 2003, p. 68).

As empresas tabagistas utilizaram do cinema para a publicidade de seu produto; exemplo disto em Casablanca, onde o cigarro contracenou, muitas vezes, com Humphrey Bogart, que morreu de câncer de pulmão, anos mais tarde. Al Capone vivia com um charuto pendurado na boca (Alphonses Capone morreu de infarto do coração); por acaso, é possível imaginar Sherlock Holmes, sem seu cachimbo? O que dizer do filme Instinto Selvagem, protagonizado pela atriz Sharon Stone, quando da “cruzada de pernas mais sensual da história do cinema”? (CIGARRO, 2019), são inúmeros os filmes que exemplificam o uso do cigarro como forma de sensualidade, de acordo com o meio cinematográfico.

As empresas tabagistas patrocinaram competições esportivas, musicais e peças teatrais para promover e divulgar o seu produto, focando muitas das vezes um novo público, como por exemplo, as mulheres e os jovens, nesse sentido o Instituto Nacional do Câncer (INCA – 2006) informou:

JOVENS E MULHERES NA MIRA DA INDÚSTRIA DO TABACO. A promoção e o marketing de produtos derivados do tabaco junto ao público jovem são essenciais para que a indústria do fumo consiga manter e expandir suas vendas. O tabaco é a segunda droga mais consumida entre os jovens, no mundo e no Brasil, e isso se deve às facilidades e estímulos para obtenção do produto, entre eles o baixo custo. A isto somam-se a promoção e publicidade, que associam o tabaco às imagens de beleza, sucesso, liberdade, poder, inteligência e outros atributos desejados especialmente pelos jovens. A divulgação dessas idéias ao longo dos anos tomou o hábito de fumar um comportamento socialmente aceitável e até positivo. A prova disso é que 90% dos fumantes começam a fumar antes dos 19 anos de idade. Seduzir os jovens faz parte de uma estratégia adotada por todas as companhias de tabaco visando reabastecer as fileiras daqueles que deixam de fumar ou morrem, por outros consumidores que serão aqueles regulares de amanhã.

Nem mesmo as crianças e adolescentes foram esquecidos, pois não se podem deslembrar de alguns desenhos, onde o personagem principal sempre estava fumando, tomamos como exemplos, o “Saci Pererê”, e o marinheiro *Popeye*.

## 3.2 DO CIGARRO

O cigarro é “uma pequena porção de tabaco picado, nicotina e alcatrão enrolado em papel para se fumar”, esse é o conceito que os fumantes têm, porém, o cigarro é mais do que isso. De acordo com os conceitos apresentados pelo Código Civil o cigarro pode ser classificado como um produto não durável e prejudicial à saúde.

Em sua fabricação, são utilizados mais de 700 (setecentos) elementos e, na sua fumaça, é encontrada mais de 4.800 (quatro mil e oitocentos) substâncias tóxicas. A cada tragada é introduzido no organismo do fumante diversos elementos tóxicos. Há a possibilidade de encontrar elementos radioativos na fumaça do cigarro. Neste sentido, “já foi demonstrada a presença de Urânio, Tório, Polônio-210 e Plutônio, substâncias radioativas, entre outros na fumaça dos cigarros (CIGARRO, 2019).”

Elemento primordial para a pessoa iniciar a “arte” de fumar é a falta de informações clara, precisa e ostensiva ao consumidor dos males provenientes do consumo do cigarro, tanto que, as empresas tabagistas negam a imperfeição do seu produto, basta lembrar que entre os elementos empregados na produção do cigarro está a nicotina, que tem como finalidade causar a dependência e a vaso constrição no fumante, na França desde 1690 era usada como inseticida na agricultura (CIGARRO, 2019). Silveira (1982, p. 154) discorre sobre o poder da nicotina:

[...] que a nicotina contida em apenas um cigarro (mais ou menos 3 miligramas), quando injetada numa rã, produz a morte do animalzinho quase que instantaneamente. Uma só gota deste alcalóide introduzida no bico de uma pomba é suficiente para provocar sua morte. Algumas gotas injetadas num gato causam a morte do animal em poucos minutos. Oito gotas de nicotina matam um cavalo em poucos instantes. Pássaros colocados num salão reservado para fumantes morrem em poucos dias apenas, pelos venenos contidos na fumaça.

De forma sucinta, aqui está apresentada a nicotina, droga que causa a morte, responsável pela causa da dependência e que o Ministério da Saúde já advertia que “a nicotina é droga e causa dependência” (DREHER, 1996, p. 99). Os fumantes absorvem a nicotina no pulmão. A maioria das pessoas, ao fumar pela primeira vez, sente: palpitações, tonturas, náuseas, vômitos e sudorese, hipotensão, bradicardia e até lipotimias; porém, com o passar do tempo, em razão da dependência (ROSEMBERG, 1987, p. 20) que a mesma causa, tais sintomas desaparecem.

O consumo de cigarros causa inúmeras doenças e esse fato é de conhecimento das grandes empresas fumageiras desde a década de 50 (BOEIRA, 2002, tese):

Em meados da década de 1990, os órgãos públicos de saúde descobrem que desde a década de 1950 há, nos laboratórios das empresas fumageiras, pesquisa científica sigilosa e em profundidade sobre os efeitos do tabagismo. Obra capital neste sentido é *The Cigarette Papers*, que tende a ser reconhecida como um marco na história da luta antitabagista – embora seja limitada teórica e metodologicamente pelo paradigma disjuntor-redutor. O que Glanz e sua equipe chamam de irresponsabilidade e maneira enganosa é basicamente o fato de que a indústria mantém em segredo pesquisas científicas que contrariam frontalmente os seus próprios discursos públicos, tendo sido comprovadas alterações e supressões de trechos considerados perigosos para a imagem pública das empresas. Tais documentos da BAT e Brown & Williamson reconhecem que o tabagismo é causa determinante de uma variedade de doenças – e por isso mesmo, durante vários anos, os empresários investiram em pesquisas para identificar e remover toxinas específicas encontradas na fumaça de cigarros.”

Apesar das pesquisas e do conhecimento dos males que o consumo produz à saúde de seus principais clientes, as empresas não deixaram de fabricá-lo e de vendê-lo, inclusive, fizeram questão de não levar a público as informações, ao contrário sempre investindo milhões e milhões de dólares em publicidade e patrocínios de eventos esportivos, cedendo uma imagem que o ato de fumar estava interligado com o sucesso, com pessoas bonitas, com esportes radicais, tanto que em muitos carros de Fórmula 1, tinham nas marcas de cigarros, seu principal patrocinador.

Um produto que, segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, reconhece que “O tabaco é responsável por cerca de seis milhões de mortes em todo o mundo. No Brasil, estima-se que o tabagismo seja responsável por 200 mil óbitos ao ano. O tabagismo é, reconhecidamente, uma doença crônica — resultante da dependência à droga nicotina (...)”. Sendo o tabaco (cigarro) um produto, resta dúvida da aplicação do CDC na relação entre o fumante e as empresas tabagistas? Se há alguma desconfiança, Tartuce (2018, p. 745) explana de forma contundente:

Deve ficar claro que não há qualquer dúvida sobre incidência do Código de Defesa do Consumidor no cigarro, tido tipicamente como um produto colocado no mercado de consumo, nos termos dos arts. 2.º e 3.º da Lei n. 8.078/1990. A empresa que fabrica e distribui o cigarro é uma fornecedora, atuando profissionalmente no mercado de consumo. O fumante é destinatário final fático e econômico do produto, e dos males que dele advêm. Já os familiares do fumante que falece são considerados consumidores equiparados ou *bystander*, subsumindo-se o art. 17 do CDC, (...).

E, complementando o estabelecido na legislação civil, o Código de Defesa do Consumidor apresenta alguns conceitos entre eles para o termo produto que é qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, dessa forma, o cigarro se enquadra como um produto, e, não apenas um produto, entretanto, trata-se de um produto defeituoso. Considera que um objeto é

defeituoso quando não oferece a segurança que dele se espera, sendo o fornecedor responsável pelos danos causados pelo objeto defeituoso ou por não ter dado informações suficientes e adequadas sobre a utilização do mesmo e dos riscos que ele oferece.

O consumo de cigarros está relacionado a inúmeras doenças, tanto que os alertas nos maços de cigarros são: “fumar causa câncer de pulmão”, “fumar causa aborto espontâneo”, “fumar causa câncer de laringe”, “fumar provoca câncer da boca e da garganta”, diferentemente das informações passadas que alertava que “fumar pode causar” atualmente “fumar causa ou provoca”, dessa forma, será que a pessoa que fuma e é diagnosticada, por exemplo, câncer de garganta, constituído está o nexo de causalidade entre o ato de fumar e a doença?

Pode-se afirmar que, no cigarro, encontra-se um defeito de concepção, são aqueles provenientes da criação, é o nascimento do produto. São os defeitos provenientes da criação, é o nascimento do produto. A esses defeitos estão ligados à sua fórmula, o material utilizado, seu *designer* etc, que podem possibilitar a ocorrência de danos ao consumidor, pois o resultado que se esperava não ocorre, ao contrário, o resultado é o dano ao consumidor.

O cigarro já nasce com defeito de concepção, pois em sua composição é utilizada entre outros produtos a nicotina, que conforme os ditames do Ministério da Saúde, nos maços de cigarro que “a nicotina é droga e causa dependência”, tal advertência não foi contestada pelas indústrias fumígenas, caracterizando uma confissão tácita. Enquadra-se ainda, como um defeito de informação, pois o fornecedor deixa de indicar ao consumidor, quais os danos que o produto causa. Importante destacar que, para cumprir com o dever de informar, a informação deve ser clara, precisa e ostensiva, não deixar margem para interpretações, considerando a pessoa de inteligência mediana.

Na fabricação do cigarro, a função da nicotina é causar a dependência, só por isso, as empresas tabagistas já deveriam ser condenadas por tirar do fumante o livre arbítrio de escolher se quer ou não continuar fumando.

## **4 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A RELAÇÃO ENTRE AS EMPRESAS TABAGISTAS E OS FUMANTES**

### **4.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS**

A Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), trata-se de uma norma de proteção ao consumidor, defesa essa que é um mandamento constitucional, com o intuito de diminuir o desequilíbrio existente entre o fornecedor e consumidor, tem como objetivo buscar uma harmonia nas relações de consumos.

O legislador foi pragmático ao conceituar o termo consumidor, ao afirmar que “é toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou serviço como destinatário final (BRASIL, 1990)”, ou seja, a pessoa que retira a utilidade final do produto ou serviço do mercado de consumo, em outras palavras é o destinatário fático.

O Código de Defesa do Consumidor inovou ao reconhecer a desigualdade de condições entre o fornecedor e o consumidor, estabelecendo a vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo, dessa forma, o fumante é considerado vulnerável quando na relação estabelecida entre ele e a empresa tabagista. Constituir que o consumidor é vulnerável, significa dizer que este é a parte mais fraca no mercado de consumo, ou seja, o fumante (consumidor) em relação a empresa fabricante de cigarro (fornecedor), deve ser protegido, ante a sua fragilidade.

Importante dar destaque ainda que, além de vulnerável alguns consumidores possuem uma outra característica, a hipossuficiência, ou seja, uma carência cultural e/ou financeira.

A Constituição Federal brasileira de forma implícita estabeleceu a hipossuficiência do consumidor, quando prescreve que o Estado promoverá a defesa do consumidor (BRASIL, 1990).

As empresas tabagistas são enquadradas pela legislação brasileira, como fornecedora de produtos, senão veja-se, o CDC, previu que fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Parece que o CDC conceituou o fornecedor de forma muito abrangente, talvez com o objetivo de não deixar nenhum consumidor desprotegido; o legislador foi brilhante em sua conceituação que segmentou as atividades por fase (produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização), protegendo o

consumidor desde a concepção do produto até o consumo final, dessa forma, as empresas tabagistas são fornecedoras de produtos (cigarros)

O CDC exauriu todas as formas de atuação no mercado de consumo, dessa forma, afirmar que fornecedor é todo aquele que pratica atividade econômica direcionada ao mercado de consumo, não é exagero nenhum.

Assim sendo, o fornecedor (empresa tabagista) é aquele responsável pela colocação do produto (cigarro) no mercado.

## **4.2 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR**

O CDC como forma de proteger o consumidor, uma vez que o considera vulnerável e hipossuficiente, instituiu os direitos mínimos de proteção de quem se encontra na figura de consumidor.

O legislador considerou como básico a proteção da vida e da saúde; a educação para o consumo; a liberdade de escolha de produtos e serviços; a informação; a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, proteção contratual, a indenização, o acesso à Justiça, a facilitação da defesa dos seus direitos e, por último, a qualidade dos serviços públicos.

Como não poderia ser diferente, o CDC enfatiza a proteção à vida (bem maior do homem), à saúde e à segurança do consumidor. O objetivo é proteger o consumidor de práticas que possam colocá-lo em riscos além do normal, que é esperado de alguns produtos, em razão de sua natureza, mas deve o fornecedor informar todos os riscos possíveis, quando de produtos nocivos à saúde. O cigarro é um produto que causa danos a seu consumidor, atingindo sua vida e a sua saúde, mesmo assim, sua comercialização é permitida por lei, apesar das empresas tabagistas não cumprirem com o dever de informação, que deve ser clara, precisa e ostensiva.

São várias as doenças causadas pelo uso do tabaco, pois os estudos (VEJA, 2000, p. 152) confirmam taxas maiores de mortalidade nos fumantes (ÉPOCA, 2003, p. 68), comparadas aos não fumantes (OMS, 1992, p. 50-69). As principais doenças apresentadas por tabagistas são: a) câncer: de pulmão, boca, laringe, faringe, colo de útero, estômago, esôfago, rim, bexiga, pâncreas; b) doença coronariana: infarto e angina; c) doença pulmonar obstrutiva crônica: bronquite e enfisema; d) doença cérebro-vascular: derrame cerebral, porém não as únicas.

Dessa forma, o uso do tabaco atinge alguns direitos da personalidade como a vida (leva o indivíduo a morte), a integridade física (muitas vezes o tabagista sofre amputações em seu corpo) e psíquica (cria uma dependência), à saúde (inúmeras doenças), a voz (são extirpadas as cordas vocais) e a moral (a dor pelos danos sofridos).

São direitos básicos do consumidor a educação e a divulgação sobre o consumo adequado dos produtos, isso significa que todo produto apresentado para o consumo deve estar acompanhado de informações a respeito de sua utilização e consumo, com o intuito de não permitir erros por parte do consumidor. Essas informações têm que estar impressas em língua nacional, com um vocabulário acessível todos.

Os produtos devem trazer informações claras e completas em língua portuguesa. As informações são sobre suas características; qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade, nome do fabricante e endereço, riscos que possam ser apresentados à saúde e à segurança.

Sobre o direito à informação, que é garantida pelo CDC a todo consumidor, é possível afirmar que “a indústria do tabaco nunca respeitou o consumidor, mesmo sabendo da capacidade de a nicotina induzir dependência. Ela sempre procurou relacionar o cigarro com imagens de sucesso, liberdade, virilidade, beleza estética e juventude (KIRCHENCHTEJN, 2002, p. 19)”.

Por causa da falta de informação, 61% da população da China acreditava que o uso do cigarro ocasionava pouco ou nenhum dano à saúde (SUPER INTERESSANTE, 2003, p. 66). É “fator extremamente responsável para o início do hábito de fumar é a deficiência de informações do consumidor quanto aos males acarretados pelo fumo (DELFINO, 2002, p. 33).”

Muitas vezes a falta da informação leva a pessoa a desejar um produto, sem mesmo precisar, fruto de uma excelente publicidade. Na verdade, a publicidade não vende o produto, ela vende uma satisfação que o consumidor espera deste. A propaganda tem um mundo subliminar que passa para o seu público a ideia que poder, prazer, virilidade, feminilidade, *status*, liberdade, juventude, emoção, sucesso, inteligência vai depender do produto que este utiliza.

O CDC proibiu expressamente a publicidade enganosa ou abusiva, considerando-a, inclusive, como crime (MAZZILLI, 1995, p. 126), a legislação consumerista definiu como enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão ou comissão, capaz de induzir ao erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem,

preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços e abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Dessa forma, a publicidade deve conter uma descrição verdadeira do produto que apresenta, sua apresentação deve informar corretamente ao consumidor para que esse possa escolher livremente o que consumir.

A propaganda é enganosa quando emite informações falsas ou quando as omite informações consideradas essenciais (DREHER, 1996, p. 94), a ponto que, se o consumidor as tivesse, não o teria adquirido: estas informações podem ser sobre as características, quantidade, origem, preço e propriedades, da mesma forma, a propaganda abusiva ocorre quando a intenção de manipular o comportamento humano, seja pela incitação e excitação, que cause medo, aflição, ansiedade ou que gere discriminação, provoque violência, aproveite da falta de experiência da criança, desrespeite os valores do ambientes, induza a um comportamento prejudicial à saúde e à segurança.

Uma vez questionado para dar um exemplo de propaganda enganosa ou abusiva Lucca (2000, p. 190) foi direto e, pela sua pertinência, merece ser reproduzido quase na íntegra:

Eu daria como exemplo, ainda, certos anúncios de cigarro. É simplesmente constrangedor, na minha opinião, ver o que se passa na televisão. Que o cigarro seja utilizado como algo que dê algum charme ao fumante ainda pode ser, eventualmente tolerado. Mas a associação do hábito do fumo aos sucessos esportivos toca às raias do disparate! Quem não sabe, por acaso, que o cigarro apenas prejudica a saúde e só pode atrapalhar na prática de esportes? Só falta colocarem um maratonista, após a longa corrida, pedir à sua namorada um cigarrinho para comemorar [...]. Como se tudo não bastasse, ainda somos obrigados a ver, após cenas de deslumbrante beleza, o Ministério da Saúde, numa advertência praticamente anódina – e tão estranha como Pilatos no Credo – dizer em silêncio, talvez para que o analfabeto não perceba o conteúdo da mensagem, que fumar é prejudicial a saúde [...]. Ora, todos nós sabemos (segundo dados fornecidos pela OMS) que o cigarro mata alguns milhões de pessoas por ano em todo o mundo, muito mais do que as outras drogas mais hostilizadas como heroína e cocaína. Perdoem-me os fumantes aqui presentes, mas o cigarro é, ao meu ver, a pior das pragas contra a saúde pública, pois prejudica a todos. Os não fumantes, como eu, pagam – às vezes com a dolorosa realidade de um câncer no pulmão – pela fumaça causada pelo vício alheio [...] já existem estatísticas a respeito dos problemas ocorridos com o chamado “fumante passivo”, isto é, aquele que respira constantemente a fumaça dos fumantes com quem convive. Mas há um jogo de pressões terrível envolvendo tudo isso. Ninguém desconhece que a indústria do fumo proporciona para os governos uma arrecadação de

impostos verdadeiramente apreciável. A coisa fica muito difícil [...].

A Revista Medicina & Cia. (2000, p. 7) esclarece que, “a propaganda é enganosa, mascarando os efeitos maléficos do fumo. Infelizmente seus alvos são as crianças e adolescentes, mais vulneráveis a tais apelos, iniciando-se na prática tabágica em idade cada vez mais tenra.”

Indubitáveis são os graves riscos que o uso do tabaco provoca nas pessoas, sejam usuários ou não, fato reconhecido até mesma pela maior indústria de tabaco do mundo, a americana *Philips Morris*; por isso, os países têm procurado restringir e até eliminar qualquer tipo de propaganda que faça apologia ao uso do cigarro. O Brasil tenta, a passos lentos, impor uma política de proibição das propagandas, mas, por enquanto, existem algumas legislações no sentido de restringir as propagandas sem proibi-las.

Prescreve o dispositivo no inciso VI, do artigo 6.º do Código de Defesa do Consumidor, “artigo 6.º. São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.” Reconheceu solenemente o legislador, para não deixar qualquer dúvida, que os danos causados em decorrência dos usos recomendados e moderados de qualquer produto ou serviço serão reparados. São os chamados danos de consumo, ou seja, os danos causados em razão do consumo de um produto ou um serviço.

A reparação engloba todos os tipos de danos: patrimoniais, morais, individuais, coletivos e difusos. Sobre os danos morais, Bittar (1993, p. 293) expõe que:

[...] são lesões sofridas pelas pessoas, físicas ou jurídicas, em certos aspectos de sua personalidade, em razão de investidas injustas de outrem. São aqueles que atingem a moralidade e a afetividade da pessoa, causando-lhe constrangimentos, vexames, dores, enfim, sentimentos e sensações negativas. Contra põem-se aos danos denominados materiais, que são prejuízos suportados no âmbito patrimonial do lesado.

Segundo a conceituação de Reis (2000, p. 8-9), danos patrimoniais são:

Aqueles que atingem os bens e objetos de natureza corpórea ou material. Por conseqüência, são suscetíveis de imediata avaliação e reparação. Afinal, os bens materiais podem ser reconstituídos ou ressarcidos – todos possuem valor econômico no campo das relações negociais.

E, por seu turno, Gama (2001, p. 38):

Os danos individuais são aqueles que atingem a uma pessoa ou à sua família. São coletivos, quando atingem a um grupo social determinado. São coletivos de

ordem difusa os prejuízos que ocorram ou possam ocorrer com números indeterminados de pessoas, de diversos grupos sociais e que sejam continuamente atingidas, ainda que em prejuízos diferenciados de uma para outra pessoa.

Quando tratar de danos difusos cabe ao Ministério Público e às associações de consumidores proporem as ações competentes. O artigo 81, inciso I do CDC (BRASIL, 1990) determina que:

Art. 81 A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único – A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I – interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; [...].

Os direitos difusos são caracterizados por atingir um número indeterminado de pessoas. Os consumidores que tiverem os seus direitos violados podem recorrer ao Poder Judiciário (civil ou penal) ou aos órgãos administrativos, tanto para uma prevenção quanto para a reparação dos danos.

Quando ocorre danos coletivos e difusos ou quando ocorre perigo desses danos acontecerem, cabe ao Ministério Público, mover as ações na Justiça Cível.

O consumidor pode ser vítima de práticas tipificadas no Código de Proteção e Defesa do Consumidor como criminosas, como por exemplo: a) omissão de dizeres ou sinais ostensivos e de alerta; b) omissão de comunicação e de retirada de circulação; c) fraude na oferta; d) publicidade enganosa e abusiva; e) publicidade prejudicial ou perigosa à saúde, entre outras.

Além do Poder Judiciário pode o consumidor, seja ele individual ou coletivo, recorrer aos órgãos administrativos de proteção ao consumidor, como por exemplo, Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), o Conselho Nacional de Metrologia, aos Procons e as associações de consumidores. É importante ressaltar que cabe aos órgãos administrativos a aplicação de várias penalidades.

Quando o consumidor for pessoa necessitada a Lei n. 1.060/50 (BRASIL, 1950), estabelece normas para a concessão de assistência judiciária aos necessitados, garantindo assistência jurídica gratuita. A referida lei considera necessitada, para os fins legais, todo aquele cuja situação

econômica não lhe permita pagar às custas do processo e os honorários de advogado, sem prejuízo do sustento próprio ou da família.

O CDC tentando equilibrar a condição do consumidor frente ao fornecedor, em razão da vulnerabilidade daquele, criou a figura da inversão do ônus da prova, quando da defesa dos direitos do consumidor, tanto nos órgãos administrativos, quanto nos órgãos do Poder Judiciário; pode o consumidor requerer a inversão do ônus da prova, conforme disposto no inciso VI, do art. 6.º e também a inversão do ônus da prova quando o consumidor tiver que provar o desvio da publicidade e ter que provar tecnicamente ser enganosa e/ou abusiva, conforme o dispositivo do art. 38, do mencionado *Codex*. O CDC estabeleceu a possibilidade de inversão do ônus da prova com o intuito de dar condições para igualar as partes no processo (PRUX, 1998, p. 329).

Assim, a inversão do ônus da prova é possível quando a critério do juiz for verossímil à alegação ou quando o consumidor for hipossuficiente, ocorrendo uma das duas hipóteses o juiz poderá (deverá) inverter o ônus da prova.

## **5 DA RESPONSABILIDADE CIVIL E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

### **5.1 SÍNTESE DA EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL**

É bem provável que o direito, a responsabilidade civil (*aquiliana ou extracontratual*) e a sociedade tenham sido geradas juntas. Pois, desde os primórdios dos tempos, causa repulsa à sociedade qualquer tipo de agressão a seu semelhante (MORAES, 2010, p. 34).

Conta a história, que as sociedades primitivas já conheciam as normas de condutas, e quem as violassem eram punidos, inclusive com a morte. Nessa época, vigorava a vingança coletiva e, posteriormente, a privada, ou seja, o mal pelo mal, passando pela vingança divina até chegar ao direito contemporâneo, a justiça pelo Estado (MORAES, 2010, p. 35).

No período da vingança coletiva, era caracterizado pela vingança do grupo contra o causador da ofensa a um componente daquele. Com o passar do tempo a vingança passa do grupo para o próprio indivíduo, a vingança privada. O indivíduo (quando possível) é quem tinha o direito de se vingar do dano que lhe fora causado, por meio do desforço físico (MORAES, 2010, p. 35).

A passagem da vingança do grupo para o individual nada acrescentou para o direito, uma vez que a vingança era apenas a prática do mal pelo mal; essa atitude, na verdade, gerava um

problema a mais. Com o passar do tempo, a sociedade se conscientizou que a vingança daquela forma era um ônus a mais a carregar, em vez de um mutilado, por exemplo, teria que assistir a dois. “O olho por olho, dente por dente” representou bem o espírito de “justiça” que reinava. Com a evolução da sociedade, a mesma passa entender que a reparação do dano é melhor que a punição pela vingança. (MORAES, 2010, p. 35)

O Código de Hamurabi pode ser considerado o primeiro código escrito a mencionar a responsabilidade civil, pois seu código tratava da reparação dos danos causados a um terceiro (MORAES, 2010, p. 35).

A Lei das XII Tábuas surgiu como uma composição tarifada dos danos causados, mas fazendo referência tão somente aos danos de natureza corporal, encontra-se ainda o direito à retaliação – “quem com ferro fere, com ferro será ferido” (MORAES, 2010, p. 35).

Surgiu então, o pagamento de certa quantia pelo dano causado, a fase da composição. O valor da quantia pago ficou conhecido como a *poena*. Quando o dano for dirigido à coisa pública, o pagamento é feito ao Poder Público; se ao particular, a esse. Assim, ficou caracterizada a reparação do ofendido pelo patrimônio do ofensor. Saindo de cena a vingança pelas próprias mãos (MORAES, 2010, p. 35).

Durante a Idade Moderna (do Renascimento até a Revolução Francesa) prevaleceu a concepção do Direito Romano, baseada na responsabilidade contratual e na prática de um ilícito. Essas concepções eram inspiradas na Lex Aquilia dos romanos, muitas vezes chamada de responsabilidade aquiliana. É na Lei Aquiliana que se desenhou, um início regulador das noções de responsabilidade civil e penal (MORAES, 2010, p. 35 - 36).

Assim, o grande marco da responsabilidade civil, fundada na culpa, surgiu com o Código Civil francês ou Código de Napoleão, de 21.03.1804, influenciando várias legislações modernas (MORAES, 2010, p. 37).

## **5.2 RESPONSABILIDADE CIVIL DAS EMPRESAS FUMAGEIRAS RESPONSABILIDADE CIVIL DAS EMPRESAS FUMAGEIRAS**

O instituto da responsabilidade civil está fundamentado em quatro elementos: a) ação ou omissão; b) culpa ou risco do agente; c) nexos de causalidade; e d) dano. Presente esses

requisitos em uma determinada situação, surge para a vítima a faculdade de buscar uma compensação pelos danos sofridos.

O primeiro elemento é a conduta humana, que pode ser realizada pela ação ou omissão do causador do dano, no caso das empresas tabagistas, pode-se ser identificado o primeiro elemento, pelo fato de produzir o cigarro colocá-lo no mercado de consumo (ação) e não levar a informação de forma clara, precisa e ostensiva (omissão).

Na sequência tem-se a culpa e o risco. A respeito da culpa pode-se afirmar que provem de negligência, imprudência ou até imperícia, sem propósito de lesar, mas da qual provoca danos ou ofensas a terceiros. Destaca-se que na esfera civil, o conceito de culpa abrange tanto a culpa propriamente dita quanto o dolo. A teoria do risco está consubstanciada na responsabilidade sem culpa, elaborada ao longo dos tempos pela jurisprudência e pela doutrina. Para a corrente que defende essa teoria, para ocorrer à responsabilidade basta um elo de ligação entre a ação e o dano causado, independentemente da intenção do agente; assim, se o dano existe deve ser ressarcido independentemente da ideia de culpa. O fato das empresas tabagistas colocarem cigarros no mercado e seus clientes, desenvolverem doenças em razão do consumo daquele, configurada está a culpa do fornecedor.

O próximo elemento é o nexos de causalidade que trata do elemento que liga o dano sofrido ao ato cometido pelo ofensor. Para que alguém seja obrigado a indenizar um prejuízo sofrido por outrem é necessário que ocorra uma relação de causalidade entre o ato praticado pelo agente e o dano sofrido pela vítima. Trata do vínculo de ligação entre o ato lesivo e a ação realizada, por exemplo, o fumante que é diagnosticado com câncer de pulmão e por meio de um atestado médico, fica evidenciado que aquela doença teve como agente causador o tabagismo, é possível afirmar que naquela situação existe um nexos de causalidade entre o ato de fumar e a doença diagnosticada.

O último elemento necessário para que caracterize a obrigação da reparação é o dano, ou seja, o prejuízo que alguém sofre, sendo que este pode ser de ordem moral ou patrimonial.

Por isso, só pode-se falar em responsabilidade civil se houver um dano a reparar, pois a sua função é a reposição decorrente da diminuição do patrimônio de alguém. Como exemplo, a pessoa que morre de câncer e tem como causa o tabagismo.

O dano sofrido poderá ser material, quando recair sob o patrimônio concreto da vítima, que o diminua o valor ou restrinja sua utilidade, ou pode ser moral que atinge a personalidade.

### 5.3 A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor (Lei n.º 8.078/90) regula a relação existente entre consumidor e fornecedor, que são ligados por produto e/ou serviço. Sabe-se que o consumidor é caracterizado pela pessoa que adquire produto ou serviço como destinatário final, sendo que a legislação prevê ainda a coletividade de pessoas, as vítimas do evento e aqueles expostos as práticas comerciais.

Nesse sentido pode-se conceituar o consumidor como “qualquer pessoa natural ou jurídica, que contrata, para sua utilização, aquisição de mercadoria ou a prestação de serviço, independentemente do modo de manifestação de vontade, isto é, sem forma especial, salvo quando a lei expressamente a exigir” (SIDOU, 1977, p. 2). O próprio Código de Defesa do Consumidor se encarregou de conceituar o consumidor:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Percebe-se que consumidor é tanto a pessoa física ou a pessoa jurídica, a coletividade (determinada ou não), é o caso de uma publicidade que alcança um número indeterminado de pessoas, que adquire ou usa, seja em proveito próprio ou alheio, produto (bens móveis ou imóveis, materiais ou imateriais) ou serviço (atividade fornecida por terceiro, exceto trabalhista), sem intenção de revenda, para o presente trabalho, interessa apenas a pessoas física como consumidora (MORAES, 2009, p. 108-109).

O emblema principal de uma relação de consumo é o fato do produto ou serviço ser utilizado como destinatário final. No presente caso, a pessoa que adquire um cigarro para consumo é considerada consumidora.

Por outro lado, o fornecedor são pessoas físicas ou jurídicas, empresas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, que oferecem produtos ou serviços para os consumidores, seja produzindo, montando, criando, transformando, importando, exportando, distribuindo ou

vendendo produtos ou serviços. Porém, restringe-se o estudo, neste momento, somente aos produtos. O artigo 3.º do Código de Defesa do Consumidor diz que:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

O Código de Defesa do Consumidor exauriu todas as formas de atuação no mercado de consumo, dessa forma, afirmar que fornecedor é todo aquele que pratica atividade econômica direcionada ao mercado de consumo, não é exagero nenhum, dessa forma, as empresas tabagistas são consideradas fornecedoras.

A definição legal da palavra produto apresentada pelo Código de Defesa do Consumidor é “[...] qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.” Dessa forma, o cigarro é um produto produzido pelas empresas tabagistas.

Assim sendo, segundo Tartuce (2019, p. 222) “deve ficar claro que não há qualquer dúvida quanto à incidência do Código de Defesa do Consumidor ao cigarro, tido como tipicamente como um produto colocado no mercado de consumo, nos termos dos arts. 2.º e 3.º da Lei 8.078/1990”.

O CDC, estabeleceu a responsabilidade objetiva dos fornecedores de produtos e serviços, quando a relação entre consumidores e fornecedores forem discutidas nos tribunais em razão de defeito ou vício de produtos e serviços, sendo a única exceção a responsabilidade civil do profissional liberal que ser apurada mediante culpa.

A responsabilidade civil objetiva está elencada explicitamente na Seção II, Capítulo IV, intitulado “Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço”, especificamente nos artigos 12, 13 e 14, do Código de Defesa do Consumidor.

Em relação à responsabilidade objetiva o Código de Defesa do Consumidor antecedeu ao Código Civil, pois não se apegou apenas ao sistema tradicional da responsabilidade civil, baseada na culpa e adotou a responsabilidade objetiva ou teoria do risco.

Sendo a responsabilidade objetiva das empresas tabagistas, nos termos do art. 12, da Lei 8.078/90, bastando a comprovação dos danos e do nexo causal, para que os fumantes sejam indenizados pelos danos que o consumo de cigarros provoca, em especial nos fumantes ativos.

A responsabilidade civil das empresas tabagistas pelos inúmeros danos causados pelo seu produto ao fumante está fundamentada especialmente no §1.º, do art. 12 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - sua apresentação;

II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi colocado em circulação.

Considerando que se trata de um produto colocado no mercado de consumo, o mínimo que a sociedade espera é que o mesmo seja seguro, ou seja, ao consumi-lo de forma adequada, o mesmo não vai causar danos ou colocar a vida do consumidor em risco. Infelizmente não é isso que acontece quando o consumidor adquire um cigarro para consumo, pois trata-se de um produto defeituoso, que causa inúmeras doenças aos seus fiéis clientes.

O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: a) sua apresentação; b) o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam; e c) a época em que foi colocado em circulação.

Quando o consumidor adquire um produto, adquire para satisfazer suas necessidades físicas e/ou psicológicas, mas não imagina que o produto que adquire possa causar mal à sua saúde, caso contrário, não o adquiriria, a não ser que houvesse uma dependência.

Assim, conforme o §1.º, do artigo 12 da Lei n. 8.078/90, para definir o produto como defeituoso, o juiz terá que considerar a forma que o produto fora apresentado; o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam e, por último, a época em que foi colocado em circulação; passar-se-á analisar rapidamente as formas.

Pode-se afirmar que o cigarro é um produto defeituoso, para Tartuce “não se pode negar que o produto perigoso é defeituoso quando causa danos ao consumidor. Essa é a essência contemporânea do conceito de defeito: o dano causado ao consumidor.” (2019, p. 231). Dessa

forma, é fácil concluir que as empresas tabagistas por colocar um produto defeituoso no mercado de consumo, deve indenizar pelos danos que causar.

A respeito do uso e o risco razoavelmente, a posicionamento de Marins (1993, p. 126) é marcante e indispensável:

[...] o uso que deverá ser o considerado correto para o produto, para efeitos de valoração da sua segurança, é exatamente aquele que se deduz de toda a informação que o cerca, especialmente a publicitária, destinada precipuamente a influenciar o convencimento do consumidor. O risco razoável irá depender também das informações preventivas que devem, necessariamente, acompanhar o produto “normalmente perigoso”, ou seja, aquele que por sua própria natureza ou fruição apresenta algum grau de periculosidade ou nocividade.

Dessa forma, facilmente conclui-se que as empresas tabagistas ignoraram o CDC de várias formas, utilizaram propagandas abusivas e enganosas para manipular os consumidores. Não informaram os males que são cientificamente comprovados que o cigarro causa, deixaram de informar quais são os elementos utilizados para a fabricação, sem considerar ainda, os fumantes passivos que, como vítimas do produto, também são considerados consumidores e assim também deveriam ser informados do mal.

As publicidades tabagistas exploraram a trilogia do sucesso, da sexualidade e da aventura, que estavam ligados ao glamour, à beleza, à maturidade, ao bom gosto, à masculinidade ou à feminilidade das pessoas; com esses aspectos, têm como alvo principal as crianças e adolescentes na faixa etária dos 12 aos 18 anos, os quais são absolutamente ou relativamente capazes.

As publicidades tabagistas buscavam alcançar essas crianças e os adolescentes que, segundo o Código Civil brasileiro, não possuem discernimento completo. Assim, foram facilmente ludibriados, e passaram a pensar que ao consumirem os cigarros estariam adquirindo todas aquelas qualidades que estavam vinculadas à publicidade. Importante destacar ainda, que não são apenas as crianças e os adolescentes que agem daquela forma, pois os adultos também são vítimas das publicidades de forma em geral; assim, não são descartados das publicidades dos produtos tabagistas.

Os métodos utilizados pelo Governo de conscientizar os consumidores que o cigarro faz mal e mata, são quase que nada, perto dos investimentos em publicidade feito pelas empresas tabagistas, as publicidades subliminares, esmagam qualquer tipo de conscientização.

Enquanto as empresas tabagistas não seguirem a orientação legal, de informar aos consumidores os componentes de seu produto, estes continuarão sendo vítimas, por sinal, milhões de vítimas.

As pessoas muitas vezes fumam não porque querem; fumam porque são induzidas a tal conduta. Se as pessoas fumam porque querem, porque também não param quando desejam? A resposta é simples, em razão da dependência que o tabaco causa.

O inciso II, do §1.º, do artigo 12 da Lei n. 8.078/90, trata do assunto que para determinação do defeito de um produto deve-se considerar a época em que o produto foi colocado em circulação. Assim, o produto deve satisfazer a expectativas de segurança do momento em que foi colocado no mercado de consumo.

A época que o produto foi colocado em circulação tem a ver com o nível técnico que a ciência dispunha para aquele produto na data de sua efetivação, o Código de Defesa do Consumidor está a tratar do *risco em desenvolvimento*. O que significa? Significa que quando da colocação do produto no mercado, aquele não apresentava nenhum tipo de risco à saúde e a segurança dos consumidores, pelo menos para o nível técnico e científico da época, porém com a evolução destes é possível detectar os danos que causam.

Assim, entende-se escorreita a explicação da por Marins (1993, p. 128), sobre o risco do desenvolvimento:

O risco de desenvolvimento consiste na possibilidade de que um determinado produto venha a ser introduzido no mercado sem que possua defeito cognoscível, ainda que exaustivamente, testado, ante o grau de conhecimento científico disponível à época de sua introdução, ocorrendo todavia, que posteriormente, decorrido determinado período do início de sua circulação no mercado de consumo, venha a se detectar defeito, somente identificável ante a evolução dos meios técnicos e científicos, capaz de causar danos aos consumidores [...].

Considerando que o CDC adotou a teoria da responsabilidade objetiva, o fornecedor está sujeito a reparar os danos causados aos consumidores independentemente de culpa; para isso, basta que determinado dano foi causado por determinado produto, e que entre o dano e o produto aja um nexo de causalidade, evidenciado que o CDC descartou a teoria do risco, como critério de excludente de responsabilidade.

Além do que não se poderia admitir, jamais, que os fornecedores, utilizem os consumidores como meras cobaias para introdução de novos produtos no mercado, sem que sejam responsáveis por danos que esses produtos venham causar.

Outra categoria das imperfeições é o vício, que está elencado nos artigos 18 e 19 do CDC, foram divididos em: de qualidade e quantidade do produto. Os vícios de qualidade são subdivididos em vícios por inadequação (o produto é inadequado ao fim que se destina) e por insegurança (de defeito).

Os vícios nos produtos podem causar danos estéticos, materiais e morais aos consumidores, colocando em risco sua segurança. Estes danos decorrem dos chamados acidentes de consumo, ou seja, acidentes causados pelo produto defeituoso.

O vício é uma anomalia no produto e o defeito é o dano que o consumidor sofre proveniente do próprio vício, um produto que não traz informação correta é considerado defeituoso. É possível constar que o cigarro, produto das empresas tabagistas são viciados, pois a uma disparidade referente as indicações constantes nos rótulos dos maços de cigarros, que omitem informações a respeito dos elementos utilizados na composição de seu produto.

Pode-se afirmar que, o cigarro é afetado por vícios em sua fase de concepção e de informação. Considera que um produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele se espera. O fornecedor, independentemente da existência de culpa, é responsável pelos danos causados pelo produto defeituoso ou por não ter dado informações suficientes e adequadas sobre a utilização do produto e riscos que ele oferece.

São os defeitos provenientes da criação, é o nascimento do produto. A esses defeitos estão ligados à sua formula, o material utilizado, seu *designer* etc, que podem possibilitar a ocorrência de danos ao consumidor, pois o resultado que se esperava não ocorre, ao contrário, o resultado é o dano ao consumidor.

O cigarro já nasce com defeito de concepção, pois em sua composição é utilizada entre outros produtos a nicotina, que conforme os ditames do Ministério da Saúde, nos maços de cigarro que “a nicotina é droga e causa dependência”, tal advertência não foi contestada pelas indústrias fumígenas, caracterizando uma confissão tácita e até expressa, pois a própria Philip Morris, maior produtora de cigarros do mundo, admitiu publicamente em seu site ([www.philipmorris.com](http://www.philipmorris.com)) que “não existe cigarro seguro” e que fumar cigarro é um vício”.

## 5.4 TRASCRIÇÕES DE JULGAMENTOS DOS TRIBUNAIS PÁTRIOS

Vale fazer a transcrições de alguns julgados brasileiros, que reconheceram a responsabilidade civil das empresas tabagistas pelos danos causados aos fumantes:

ACÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS, MORAIS E LUCROS CESSANTES. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. FUMANTE. PROPAGANDA ENGANOSA. DEFEITO DO PRODUTO. NEXO DE CAUSALIDADE. REJEIÇÃO DA TESE, NO CASO CONCRETO, DA PERICULOSIDADE ÍNSITA DO PRODUTO E DO LIVRE-ARBITRIO DO A TO DE FUMAR. PRELIMINARES REJEITADAS. Responde objetivamente pelos danos à saúde do fumante a empresa produtora de cigarros, quando, como no caso em tela, resta demonstrada, pela farta prova existente nos autos, a relação de causa e efeito entre o defeito do produto e a doença do consumidor: Hipótese em que o autor fumou por mais de quarenta anos, mas somente veio a receber concludente e definitivo diagnóstico de DPOC (doença pulmonar obstrutiva crônica) em agosto de 1992, fazendo incidir sobre a relação jurídica havida entre as partes as disposições do Código de Defesa do Consumidor. Provas concludentes de que o autor adquiriu o hábito de fumar a partir de poderoso condutor do comportamento humano consistente em milionária e iterativa propaganda da ré que, ocultando do público os componentes maléficos à saúde humana existentes no cigarro, por décadas associa o sucesso pessoal ao tabagismo. Tese da ré consistente na ínsita periculosidade do produto-cigarro e do livre-arbítrio no ato de fumar que, no caso concreto, se esbarra ante o comprovado poder viciante da nicotina, ante a ausência de informações precisas quanto aos componentes da fórmula do cigarro e de qual a quantidade supostamente segura para o seu consumo, bem ainda ante a enorme subjetividade que caracteriza a tese, particularmente incompatível com as normas consumeristas que regem a espécie. POR UNANIMIDADE, REJEITARAM A PRELIMINAR DE PRESCRIÇÃO. APELAÇÃO PROVIDA EM PARTE, POR MAIORIA. DECLARAÇÕES DE VOTO. (Apelação Cível N° 70000840264, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: José Conrado de Souza Júnior, Julgado em 02/06/2004)

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. DANOS MATERIAIS E MORAIS. TABAGISMO. ACÇÃO DE INDENIZAÇÃO AJUIZADA PELA FAMÍLIA. RESULTADO DANOSO ATRIBUÍDO A EMPRESAS FUMAGEIRAS EM VIRTUDE DA COLOCAÇÃO NO MERCADO DE PRODUTO SABIDAMENTE NOVO, INSTIGANDO E PROPICIANDO SEU CONSUMO, POR MEIO DE PROPAGANDA ENGANOSA. ILEGITIMIDADE PASSIVA, NO CASO CONCRETO, DE UMA DAS CO-RÉS. CARACTERUAÇÃO DO NEXO CAUSAL QUANTO À OUTRA CO-DEMANDADA. CÚLPA. RESPONSABILIDADE CIVIL SUBJETIVA DECORRENTE DE OMISSÃO E NEGLIGÊNCIA, CARACTERIZANDO-SE A OMISSÃO NA ACÇÃO. APLICAÇÃO, TAMBÉM, DO CDC, CARACTERUANDO-SE, AINDA, A RESPONSABILIDADE OBJETIVA. INDENIZAÇÃO DEVIDA. (Apelação Cível n° 70000144626,98 Cám. Cív. TJRS, rel. Adão Sérgio do Nascimento Cassiano, julg. Em 29/10/03)

RESPONSABILIDADE CIVIL. DANOS MORAIS. INDÚSTRIA FUMAGEIRA. DOENÇA RELACIONADA DIRETAMENTE AO TABAGISMO. TROMBOANGEÍTE OBLITERANTE (DOENÇA DE BUERGER). 1. PRELIMINARES: 1.1. AGRAVO RETIDO. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA (PRELIMINARES REJEITADAS. AGRAVO RETIDO DESPROVIDO. APELAÇÃO PARCIALMENTE PROVIDA. (Apelação Cível ~ 70012335311, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Marilene Bonzanini Bemardi, Julgado em 21/09/2005).

Apesar de todo fundamento legal nos processos supra mencionados, essas decisões foram reformadas pelo Superior Tribunal de Justiça, contudo, nos Estados Unidos da América as empresas tabagistas são condenadas pelos danos que o produto (cigarro) delas causa aos fumantes.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Constituição Federal de 1988 estabelece que é um direito de qualquer cidadão, garantido pelo inciso V e X, do art. 5.º da Constituição Federal de 1988, o direito de ser indenizado pelos danos materiais e os danos morais que sofrer. Os mencionados incisos devem ser interpretados de forma exemplificativa, porque inúmeros são os tipos de danos que podem os fumantes sofrerem em razão do consumo de cigarros.

São pelo menos quatro (princípio da dignidade da pessoa humana, princípio da solidariedade, princípio da prevenção e o princípio da reparação integral) os princípios constitucionais e infraconstitucionais aplicados na relação entre empresa tabagista e o fumante, lembrando que o Brasil adotou um sistema de aplicação horizontal imediata dos princípios constitucionais nas relações privadas. Como Estado Democrático de Direito, o país tem como fundamento máximo a dignidade da pessoa humana, que coloca a pessoa como o centro do ordenamento jurídico. Como exemplo de desrespeito do princípio são as inúmeras doenças e até mesmo a morte que são levados milhões e milhões de pessoas todos os anos por causa do consumo de cigarros.

O cigarro é um produto nocivo à saúde, é uma droga viciosa, sendo que na sua fumaça são encontradas mais de quatro mil e setecentas substâncias muitas delas cancerígenas e agrotóxicas, entre os elementos utilizados na fabricação do cigarro encontra-se a nicotina, considerada droga pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

No que se refere à responsabilidade civil, é possível afirmar que tenha sido gerada com a sociedade, pois a história comprova que toda agressão contra um semelhante é rechaçada pela humanidade, isso pode ser identificado no Código de Hamurabi, Código de Manu e na Lei das XII Tábuas.

É um dos temas (responsabilidade civil) do direito que geram muitas controvérsias, em razão da abrangência, pois perpassa não apenas a área do Direito, mas de outras ciências, como por exemplos, Tecnologia (Biotecnologia), da Saúde (Medicina) e da Filosofia (Ética), entre outras.

A responsabilidade civil é o dever que a pessoa tem de indenizar os danos causados a outrem. O Código de Defesa do Consumidor, buscando que as vítimas de danos sejam reparadas integralmente em seus prejuízos, desprezou o elemento culpa dos causadores dos danos na apuração do dever de indenizar.

A Constituição Federal de 1988 passou a limitar aplicação do direito privado, que deve estar em consonância com as normas constitucionais. Percebe-se que o que já foi chamado de “Constituição do Direito Privado (Código Civil)” deixa de ser a principal fonte do direito civil, pois este deve ser estudado a partir da Constituição Federal e está estabelece como um dos valores – e o principal deles – a dignidade da pessoa humana, de forma que a pessoa passa a ser o centro das atenções no direito civil.

Assim sendo, por tudo que foi exposto, deve ser reconhecida a responsabilidade civil das empresas tabagistas todas as vezes que o consumidor sofrer algum dano em razão do consumo de cigarros, como já acontece no Poder Judiciário alienígena.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Sérgio Tibiriçá; TEBAR, Wellington Boigues Corbalan. Da legitimação democrática do poder judiciário. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas*, Bebedouro, v. 2, n. 1, 2014.

AMORA, Antônio Soares. *Minidicionário Soares Amora da língua portuguesa*. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

BITTAR, Carlos Alberto. Danos morais: critérios e sua fixação. *Repertório IOB*, n. 15, ago. 1993.

BOEIRA, Sérgio Luís. *Atrás da cortina de fumaça*. Tabaco, tabagismo e meio ambiente. Estratégias da indústria e dilemas da crítica. 2002. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Itajaí. Trata-se de tese de doutorado da área de ciências humanas, defendida perante a Universidade Federal de Santa Catarina.

BRASIL (Constituição 1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1998. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm) Acesso em: 18 fev. 2019.

BRASIL. (Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA). *Danos à Saúde*. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/danos-do-tabaco-a-saude>. Acesso em: 18 fev 2019.

BRASIL. (Código de Defesa do Consumidor). *Lei n.º 8.078, de 10 de março de 1990*. Disponível em: [http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/533814/cdc\\_e\\_normas\\_correlatas\\_2ed.pdf](http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/533814/cdc_e_normas_correlatas_2ed.pdf) Acesso em: 30 jul 2019.

BRASIL. *Lei n. 1.060, de 5 de fevereiro de 1950*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L1060.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L1060.htm) Acesso em: 31 jul 2019.

CARVALHO, Mario César. O cigarro. *PubliFolha*.

DELFINO, Lúcio. *Responsabilidade civil e tabagismo no código de defesa do consumidor*. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

Dicionário Eletrônico Aurélio. *Versão 2.0*. com corretor ortográfico. São Paulo: Nova Fronteira, 2005. (CDROM).

DREHER, Humberto S. *Vida e Saúde*. sem quebra-cabeça. Campo Bom: Propaganda Comunicações, 1996.

Editorial. *Revista Época*, n. 264, jun. 2003, p. 68.

Editorial. *Revista Medicina & Cia*, ano I, n. 01, set./out. 2000, p. 7.

Editorial. *Revista Super Interessante*, n. 186, jun. 2003, p. 68.

Editorial. *Revista Super Interessante*, n. 189, jun. 2003, p. 66.

Editorial. *Revista Veja*, n. 1.620, p. 152.

FARIAS, Cristiano Chaves de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. *Curso de direito civil: responsabilidade civil*. vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FISCHER, Hans Albrecht. *A reparação dos danos no direito civil*. São Paulo: Saraiva, 1938.

FLORIANI NETO, Antonio Bazilio; ROCHA, Lara Bonemer Azevedo. As regras consumeristas: uma análise sob o enfoque dos custos de transação. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas*, Bebedouro, v. 3, n. 1, 2015.

GADE, Christiane. *Psicologia do consumidor e da propaganda*. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: EPU, 1998. p. 109.

GAMA, Hélio Zaguetto. *Curso de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

KIRCHENCHTEJN, Ciro. *Revista Diálogo Médico*, p. 19, ago./set. 2002.

- LIMA, Alvino. *Culpa e risco*. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 1988.
- LUCCA, Newton de. *Direito Consumidor: aspectos práticos perguntas e respostas*. 2. ed. rev. e amp. São Paulo: Edipro, 2000.
- MARINS, James. *Responsabilidade da empresa pelo fato do produto*. os acidentes de consumo no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993. v. 5.
- MAZZILLI, Hugo Nigro. *A defesa dos interesses difusos em juízo*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 1995.
- MORAES, Carlos Alexandre. *Responsabilidade civil das empresas tabagistas*. 1 ed. Curitiba: Juruá, 2009.
- MORAES, Maria Celina Bodin de. O princípio da solidariedade. In: MESSIAS, Manoel; GUERRA, Isabella Franco; NASCIMENTO FILHO, Firly (Orgs.). Os princípios da Constituição de 1988. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. *Word no tabacco day fact sheet*, 31 de maio de 1992.
- HIJJAR, M.A.; COSTA E SILVA, V.L. Epidemiologia do tabagismo no Brasil. *Jornal Brasileiro de Medicina*, v. 60, n. 1/2, p. 50-69, jan./fev. 1991.
- PRUX, Oscar Ivan. *Responsabilidade civil do profissional liberal no código de defesa do consumidor*. Belo Horizonte: Del Rey, 1998.
- REIS, Clayton. *Avaliação do dano moral*, 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.
- ROSEMBERG, José. *Tabagismo*. sério problema de saúde pública. São Paulo: Almed, 1987.
- SANSEVERINO, Paulo de Tarso. *Princípio da reparação integral: indenização no código civil*. São Paulo: Saraiva, 2010.
- SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2006.
- SCHEREIBER, Anderson. *Direitos da personalidade*. 3. ed. São Paulo: Atlas. 2014.
- SIDOU, Othon. *Proteção ao consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 1977. p. 2.
- Site: Disponível em: <http://www11.estadao.com.br/agestado/noticias/2002/dez/02/98.htm>, Acesso em 31 jul. 2006.
- Site: Disponível em: [www.cigarro.med.br](http://www.cigarro.med.br). Acesso em: 18 jul. 2019.
- SIQUEIRA, Dirceu Pereira; FERRARI, Caroline Clariano. O direito à informação como direito fundamental ao estado democrático. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas – Unifafibe*. V. 4, N. 2, 2016.
- SIQUEIRA, Dirceu Pereira; CASTRO, Lorena Roberta Barbosa. Minorias e grupos vulneráveis: a questão terminológica como fator preponderante para uma real inclusão social. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas – Unifafibe*. V. 5, N. 1, 2017.

SOUZA, Tiago Clemente; SILVA, Nelson Finotti. Ideologia, hermenêutica e jurisdição: algumas reflexões sobre o que sobrou do positivismo no atual paradigma jurídico. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas*, Bebedouro, v. 2, n. 1, 2014.

TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*, volume único. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: método, 2019.

TARTUCE, Flávio. *Responsabilidade civil objetiva e risco: a teoria do risco concorrente*. 1 ed. São Paulo: Método, 2011.

\_\_\_\_\_. *Manual de responsabilidade civil: volume único*. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018.

\_\_\_\_\_. *Direito Civil: direito de família*. v. 5. 11 ed. São Paulo: Método, 2016.

Recebido em: 22/02/2109

Aprovado em: 26/09/2019

Editor:  
Dr. Leonardo da Rocha de Souza

Editores executivos:  
Dr. Alejandro Knaesel Arrabal  
Layra Linda Rego Pena