



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.755, DE 2012

(Da Sra. Liliam Sá)

"Altera o caput do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal".

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-2908/2000.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o *caput* do artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do §4º do art. 220 da Constituição Federal.

Art. 2º O *caput* do artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º É vedada, em todo território nacional, a propaganda comercial de bebida alcoólica, inclusive na internet, *outdoors*, placas, cartazes luminosos, rádio e televisão, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhadas das cláusulas de advertência a que se refere esta Lei.”

.....(NR)

Art. 3º Esta lei será regulamentada no prazo de cento e oitenta dias pelo órgão competente.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A proposição visa restringir o acesso das propagandas comerciais, relativas ao uso de bebidas alcoólicas, às crianças, adolescentes e jovens.

A bebida alcoólica é porta de entrada de jovens para o uso de outras substâncias psicoativas.

É sabido, que a publicidade de bebidas alcoólicas aumenta a probabilidade de jovens iniciarem o consumo mais cedo.

O Observatório Brasileiro de Informações Sobre Drogas, afirma que jovens adultos e adolescentes bebem mais sob a influência de propaganda de bebidas alcoólicas, conforme razões expostas abaixo.

Divulgada pelo Observatório Brasileiro de Informações Sobre Drogas – OBID – **uma pesquisa realizada afirma que jovens adultos e adolescentes bebem mais sob a influência de propaganda de bebidas alcoólicas.**

O estudo atesta que:

“Entre jovens de 15 a 26 anos descobriu-se que, para cada anúncio de bebida alcoólica visto por mês, há um aumento de 1% na média de drinques consumidos”.

Segundo Dr. Leslie Snyder na publicação Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine, a descoberta vai contra os argumentos da indústria de que apenas adultos prestam atenção à propaganda de álcool. A pesquisa foi realizada pela Universidade de Connecticut em Storrs (EUA), entre 1999 e 2001, com um grupo de 1.872 jovens escolhidos casualmente.

Descobriu-se também que, para cada dólar adicional per capita gasto na publicidade de álcool, os participantes do estudo bebiam 3% a mais por mês. O estudo mediu a exposição a cada uma das quatro mídias: televisão, rádio, revista e outdoor. Assim, Snyder afirma que:

“Os resultados contradizem os argumentos de que a propaganda não tem relação com a quantidade consumida por jovens, de que, no máximo, a publicidade provoca a mudança de marcas, só afeta pessoas mais velhas, com idade suficiente para beber, ou é debatida de forma eficiente pela educação”

O estudo é um dos pioneiros a cruzar o consumo de álcool por jovens aos investimentos da indústria com publicidade.

(<http://www.artigonal.com/marketing-e-publicidade-artigos/a-influencia-da-publicidade-no-consumo-de-bebidas-alcoolicas-999231.html>)

Diante da importância do tema, solicito o apoio dos nobres Pares na aprovação da presente proposição.

Sala das sessões, 22 de novembro de 2012.

Deputada LILIAM SÁ
PSD/RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as Restrições ao Uso e à Propaganda de Produtos Fumíferos, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

Art. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2º e 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou "slogan" do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 1º As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
