

# COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

## PROJETO DE LEI Nº 2.612, DE 2015.

Acresce artigos à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para obrigar a destinação de locais específicos para acondicionamento de bebidas alcoólicas em lojas de conveniência.

**Autor:** Deputado MARCOS SOARES

**Relator:** Deputado JOSÉ CARLOS ARAÚJO

### I - RELATÓRIO

O projeto de lei em questão determina que a oferta e apresentação de bebidas alcoólicas em mercados e estabelecimentos congêneres sejam efetuadas em recintos próprios, separados do ambiente principal da loja.

O objetivo da Proposta é, segundo sua Justificação, inibir a aquisição irresponsável dessas bebidas, estimulada pelo destaque conferido na apresentação na disposição em gôndolas e refrigeradores transparentes.

A proposição, segundo despacho da Mesa desta Casa, foi distribuída, para análise conclusiva, às Comissões de Defesa do Consumidor (CDC), Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC) e Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC). Nesta Comissão, recebi a honrosa incumbência de relatar a matéria que, no prazo regimental, não recebeu emendas.

## II - VOTO DO RELATOR

A proposição em exame determina que a oferta e apresentação de bebidas alcoólicas em mercados e estabelecimentos correlatos sejam efetuadas em recintos próprios, separados do ambiente principal da loja.

Entendemos a preocupação subjacente ao projeto em tela. Todos conhecemos os riscos associados à bebida alcoólica. O álcool é uma das drogas mais amplamente consumidas no mundo e seu abuso acarreta enormes custos sociais, em especial entre as parcelas mais jovens de nossa população.

É justamente em razão do potencial nocivo desse produto, que seu uso e propaganda submetem-se às restrições prescritas na Lei n.º 9.294, de 1996, e nas normas regulamentares inscritas no Decreto n.º 2.018, de 1996.

Pensamos, todavia, que as vigentes diretrizes sobre a venda e a publicidade mostram-se suficientes para proporcionar o equilíbrio desejado entre consumo responsável e a atividade econômica dos estabelecimentos comerciais. Se há excessos, esses devem-se muito mais a uma cultura de associação do álcool a diversão e da falta de conscientização acerca dos males físicos e coletivos que os abusos da substância podem causar.

Esses fatores, contudo, não seriam enfrentados pela mera determinação de espaços próprios para a venda de bebidas nos mercados, mas sim por campanhas e políticas públicas que atacassem as raízes do problema. A medida aqui proposta, apesar de bem-intencionada, dificilmente influenciaria, por si só, as vendas e o consumo de bebidas alcoólicas. Por outro lado, sobrecarregaria, indubitavelmente, os milhares de pequenos mercados que lutam para sobreviver nesse ambiente de crise econômica e restrição de vendas, impondo-lhes pesados custos que, necessariamente, haveriam de ser repassados a todos os produtos comercializados, e não apenas às bebidas. Potencialmente, restaria por prejudicar os consumidores com limitações na concorrência entre os agentes econômicos e com majoração nos preços de outros produtos.

Nesse quadro, consciente de que as providências idealizadas no presente projeto de lei não resultariam nos benefícios esperados pelo autor e, ainda, criariam novos óbices à atividade econômica principalmente dos pequenos comércios – com desdobramentos negativos sobre os próprios consumidores – sentimo-nos forçados a, respeitosamente, posicionarmo-nos desfavoravelmente à proposição.

Diante dessas considerações, votamos pela **rejeição** do Projeto de Lei nº 2.612, de 2015.

Sala da Comissão, em            de            de 2016.

Deputado JOSÉ CARLOS ARAÚJO  
Relator