



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 10.692, DE 2018

(Do Sr. Dr. Jorge Silva)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estender as restrições à publicidade e comercialização de bebidas alcoólicas às bebidas potáveis com qualquer gradação de álcool.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-753/2015.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigor com a seguinte redação:

“Art. 1º

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a um décimo de grau Gay-Lussac. (NR)”

Art. 2º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigor com a seguinte redação:

“Art. 4º

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: ‘beber traz riscos à saúde’. (NR)”

Art. 3º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigor aditada dos seguintes dispositivos:

“Art. 4º-B Na propaganda de bebida alcoólica é vedado:

I – associar a marca ou produto a eventos culturais ou desportivos;

II – fazer uso de pessoa notória ou celebridade para divulgação da marca ou produto;

III – endereçar a chamada publicitária a jovens ou associar a mensagem a atividades típicas da juventude.

Art. 4º-C As peças publicitárias, cartazes ou letreiros colocados em locais ou pontos de venda de bebida alcoólica deverão ser posicionados a uma distância mínima de quatro metros de vitrines, bancadas, balcões ou outras instalações em que estejam expostos alimentos ou guloseimas destinados preponderantemente ao público jovem.

Art. 4º-D Aplicam-se as disposições dos artigos 4º, 4º-A, 4º-B e 4º-C, a bebidas potáveis, mesmo quando isentas de álcool, que ostentem a marca, nome de fantasia ou denominação de espécie ou origem de bebida alcoólica.

Art. 4º-E O Poder Executivo definirá, na regulamentação desta lei, frases de alerta aos danos à saúde decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas, a serem inseridas nas embalagens e nas peças de divulgação do produto, usadas em adição ao alerta de que trata o § 2º do art. 4º desta lei”.

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

JUSTIFICAÇÃO

O debate legislativo sobre as restrições à propaganda de bebidas alcoólicas tem repercutido com vigor junto à sociedade, suscitando recomendações e contribuições de entidades interessadas em melhorar a redação da Lei Murad.

A Sociedade Brasileira de Pediatria, respeitada entidade da comunidade médica, participando desse amplo movimento, propôs, recentemente, um conjunto bastante amplo de medidas para tornar mais rigorosa a limitação à publicidade de bebidas alcoólicas.

Consolidamos, neste texto, algumas propostas voltadas a limitar a propaganda desses produtos, em especial por concordarmos com a necessidade de vedar a divulgação de cervejas e outras bebidas alcoólicas consideradas “leves”. Estas, quando consumidas em quantidade expressiva, induzem danos à saúde e desvios de comportamento equiparados aos que bebidas de maior teor comprovadamente provocam.

Nesse sentido, esperamos contar com o apoio de nossos Pares para debater a iniciativa, que se soma a outras já em tramitação na Casa. Entendo ser necessário darmos uma resposta clara à sociedade, fazendo um esforço para protegermos a população, hoje exposta a uma propaganda agressiva desses produtos, de uma tendência ao aumento de consumo de álcool, em especial entre os jovens.

Sala das Sessões, em 08 de agosto de 2018.

Deputado DR. JORGE SILVA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

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. 1º O uso e a propaganda de produtos Fumíferos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 1º Incluem-se nas disposições deste artigo as repartições públicas, os hospitais e postos de saúde, as salas de aula, as bibliotecas, os recintos de trabalho coletivo e as salas de teatro e cinema.

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)](#)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. [\(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)](#)

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

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

§ 2º A propaganda conterà, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa. [\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)](#)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. [\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)](#)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)](#)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)](#)

§ 7º [\(VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011\)](#)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: [\(Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

I - a venda por via postal; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; [Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#)

IX - a venda a menores de dezoito anos. [Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. [Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3º C, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. [Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. [Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#)

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3º A, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. [Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#)

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