



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.079, DE 2012

(Do Sr. Giroto)

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

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-3658/2012.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 1º

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 0,5 grau Gay Lussac.(NR)

Art. 4º É vedada, em todo território nacional, a propaganda comercial de bebidas alcoólicas, exceto a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se refere esta Lei.

§ 1º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I – não fazer associação à condução de veículos e a imagens ou ideias que sugiram maior êxito na vida pelo seu consumo;

II – não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem relacionar o consumo ao bem-estar ou benefícios à saúde, ou fazer associação a celebridades cívicas ou religiosas;

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

IV – não associar ideias ou imagens com sexualidade ou melhor desempenho sexual, e que insinuem o aumento de virilidade ou feminilidade;

V – não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais;

VI – não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo; e

VII – não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

§ 2º Os rótulo das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos:

I – evite o consumo excessivo de álcool;

II – se dirigir não beba;

III – o consumo excessivo de álcool pode causar dependência e prejudicar as relações familiares e no trabalho;

IV – no caso de dependência do álcool, procure ajuda especializada ou grupos de apoio;

V – a embriaguez intencional nunca servirá de escusa para qualquer ato;

VI – proibido o consumo por menores de 18 anos.

§ 3º Às empresas produtoras de bebidas alcoólicas fica vedada:

I – a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde a menores de 18 anos;

II – a propaganda por correspondência eletrônica indiscriminada na internet e acesso a conteúdo eletrônico aos menores de 18 anos;

III – a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

IV – o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

V – a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VI – a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising, nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, que qualquer horário;

VII – a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

VIII – a venda aos menores de 18 anos.

§ 4º A transmissão ou retransmissão por veículo de comunicação brasileiro, seja televisão, rádio ou internet, de eventos culturais ou esportivos patrocinados por empresas produtoras de bebidas alcoólicas com imagens geradas no estrangeiro exige a veiculação de mensagem de advertência, nos termos do § 2º deste artigo, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 5º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as representação e os compactos.(NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.”

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas no mundo é milenar. Todas as civilizações possuíam o hábito de consumir álcool. Atualmente, estima-se que o álcool é umas das drogas mais consumidas no planeta, de acordo com a Organização Mundial da Saúde.

As melhores condições econômicas nos países emergentes vêm propiciando um maior acesso às bebidas alcoólicas, aumentando

vertiginosamente o seu consumo. No Brasil, o álcool é o psicotrópico utilizado com maior frequência por jovens e adultos. Algumas pesquisas realizadas na última década indicam que o consumo de bebidas alcoólicas per capita é maior que o consumo de leite.

Consumir álcool principalmente em grandes quantidades têm inúmeras consequências, que vão desde acidentes de trânsito e problemas de saúde à desestabilização familiar. Como qualquer outra droga, causa dependência psíquica e química. Além disso, as pessoas que fazem o uso dessa substância com frequência podem desenvolver diversas patologias, como distúrbios hepáticos, problemas no aparelho digestivo, deficiências imunológicas, neoplasias, entre outras. De acordo com o Ministério da Saúde, a morte entre os etilistas só não é maior que entre os fumantes.

A situação é preocupante. Os problemas decorrentes do consumo frequente e abusivo de bebidas alcoólicas onera o sistema de saúde do nosso país e altera a rotina de várias famílias.

Nos últimos anos, o Brasil avançou bastante na legislação para coibir as consequências causadas pelo consumo de bebidas alcoólicas. Alterações nas leis de trânsito para diminuir os acidentes envolvendo motoristas embriagados foram realizadas e aumentaram a punição àqueles que insistiam em dirigir após consumir bebidas alcoólicas. Os resultados mostram uma contenção dos acidentes, mesmo considerando o crescimento da frota de veículos no país.

Com o cigarro a situação era semelhante. O consumo crescia, principalmente entre os jovens. Somente foi possível mudar este cenário adotando medidas rígidas, como a proibição de propagandas em meios de comunicação de massa, a instituição da contra propaganda e a aprovação, em âmbito estadual, de leis proibindo o ato de fumar em lugares públicos.

Mas, com as bebidas alcoólicas a realidade é outra. As restrições à propaganda são brandas e o consumo é estimulado. Jovens entram em

contato com o álcool muito cedo, consumindo, cada vez mais, em maiores quantidades e frequência.

O projeto de lei em questão busca adotar medidas restritivas à publicidade de empresas fabricantes de bebidas alcoólica. É tempestivamente necessário que o consumo de álcool seja desestimulado. As propagandas, em geral, exaltam a pessoa que consume uma bebida de determinada marca, fazendo alusões a situações prazerosas.

O intuito é que não haja a publicidade de bebidas alcoólicas e seja permitido somente a exposição nos estabelecimentos comerciais em que são vendidas, observando, para isso, critérios que visam alertar o consumidor dos males causados pelo produto e não fazer alusão a situações prazerosas, de autoafirmação, de virilidade ou feminilidade, entre outros.

Tendo em vista a urgência em conter o avanço e o estímulo ao consumo abusivo de bebidas alcoólicas, peço a colaboração dos nobres pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 18 de junho de 2012.

Deputado GIROTO

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. 1º O uso e a propaganda de produtos Fumígenos, 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*](#))

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
