



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.192, DE 2012

(Do Sr. Lira Maia)

Altera a redação do § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre mensagens de advertência nos rótulos de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-1171/2003.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º

.....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertências nos seguintes termos:

I – “Evite o Consumo Excessivo de Álcool”;

II – “O consumo de álcool pode causar diversas enfermidades físicas e mentais”;

III – “O consumo de álcool por gestantes pode causar a síndrome alcoólica fetal”.

Art. 2º Esta lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Dois dos principais problemas de saúde pública modernos, e talvez os dois únicos que são plenamente evitáveis, são o tabagismo e o alcoolismo. Não é possível a quem quer que seja ignorar os males profundos desses dois hábitos sobre a saúde humana, e não é possível aos agentes públicos ignorar os males profundos que os mesmos causam sobre o sistema de saúde do país.

Em boa hora, o Congresso Nacional aprovou legislação que obriga a inserção de mensagens sobre os malefícios do fumo nas embalagens dos cigarros. Já é passado o tempo de fazer o mesmo com as bebidas alcoólicas. Não basta aconselhar contra o consumo excessivo de álcool. É necessário explicitar que esse consumo traz repercussões à saúde humana. Somente com mensagens claras e diretas será possível alcançar a sensibilidade da população.

O presente projeto de lei visa a sanar essa deficiência, obrigando os fabricantes de bebidas a alertar sobre seus malefícios, tanto para os consumidores, quanto para os conceptos, no caso das gestantes.

A síndrome alcoólica fetal é um grave problema, recentemente descrito e ainda insuficientemente divulgado. As crianças por ela vitimadas apresentam diversos problemas que afetam seu desenvolvimento e integração plena à sociedade. A única causa é o consumo de álcool na gestação. Sem consumo de álcool, não há síndrome alcoólica fetal. Somente esse dado justifica plenamente aprovar a medida aqui proposta.

Trata-se de pequena alteração da lei vigente, e de pequenas alterações nos rótulos das bebidas. Não vemos, pois, que objeções pertinentes possam ser levantadas. Pelo contrário, esperamos que os fabricantes, movidos pela consciência e pela responsabilidade social, adotem a medida antes mesmo do prazo previsto para sua vigência.

Peço, portanto, aos meus nobres pares seus votos e apoio para o presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 11 de julho de 2012.

Deputado LIRA MAIA

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
