



C0050844A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 8.265, DE 2014

(Do Sr. Amauri Teixeira)

Altera a Lei 9.294, de 1996, que "Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", para alterar o grau Gay Lussac para definir bebidas alcoólicas e fixar o horário da veiculação de propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3434/2012.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", para alterar o percentual de grau Gay Lussac de definição de bebida alcoólica, e fixar o horário de veiculação de propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão.

Art. 2º. A 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 efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 0,5 grau Gay Lussac.
.....

.....
.....
Art. 4º. Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as 1 (uma) e 5 (cinco) horas.
.....

(NR)

Art. 3º. Esta Lei entra em vigor 45 dias após a data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O escopo deste Projeto é alterar o percentual de definição de bebida alcoólica e os horários em que a propaganda comercial dessas bebidas alcoólicas podem ser veiculadas nas emissoras de rádio e televisão, a saber, 0,5º grau Gay Lussac e de 1 (uma) da manhã até as 5 (cinco) horas da manhã, respectivamente.

Como de elementar sabença, atualmente dispõe a Lei 9.294, de 1996:

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

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.

É importante que se diga que recente decisão da 4ª Turma do Tribunal Regional Federal da 4ª Região, determinou que a União e a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) apliquem uma série de restrições a anúncios de bebidas com teor alcoólico igual ou superior a 0,5 grau Gay Lussac.

Entretanto, como acima transrito o texto legal, até então, as principais limitações valiam apenas para bebidas com mais de 13 graus. Os comerciais também ficam proibidos de associar os produtos a esportes de competição (sendo vedada inclusive a aparição de trajes esportivos), "condução de veículos, condutas exitosas ou melhor desempenho sexual".

Trata-se do julgamento de três recursos sobre o mesmo tema, ligados a ações movidas pelo Ministério Pùblico Federal nos três estados da região Sul. Em 2012, o

TRF-4 já havia sido favorável a pedido apresentado em Santa Catarina. Assim, transcrevo aqui o fundamento dessa decisão judicial: “restringir apenas a bebidas com mais de 13 graus Gay-Lussac é negar a realidade social, dando maior proteção ao setor econômico. (...) é notório que as propagandas de bebidas alcoólicas, em especial as de cerveja, associam o consumo a imagens e situações atraentes, divertidas, pessoas bonitas, erotismo e juventude, o que chamaría a atenção de crianças e adolescentes”.

Diante dos inúmeros males causados pela bebida alcoólica, representado pela degradação individual, desfazimento dos laços sociais, graves prejuízos à saúde e oneração ao sistema público de saúde e de previdência social, este Projeto merece ser aprovado.

Conto com apoio dos meus Pares.

Sala das Sessões, em 16 de dezembro 2014.

Amauri Teixeira
Deputado Federal (PT/BA)

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

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

**TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL**

**CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o

disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

LEI N° 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as Restrições ao Uso e à Propaganda de Produtos Fumígeros, 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 Fumígeros, 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