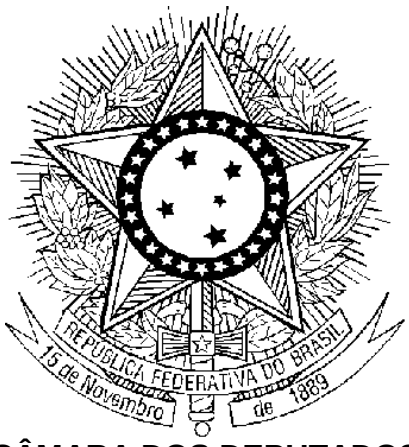


C0051071A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

*PROJETO DE LEI N.º 6.869, DE 2010

(Do Senado Federal)

PLS nº 68/2009
Ofício (SF) nº 234/2010

Acrescenta o art. 242-A à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para tornar crime a venda de bebidas alcoólicas a menores de 18 (dezoito) anos, e dá outras providências. Pendente de parecer da Comissão Especial aos projetos e às Emendas de Plenário oferecidas aos Projetos de Lei nºs 4846/94 e 2.733/08, apensados.

DESPACHO:
À COMISSÃO ESPECIAL DESTINADA A PROFERIR PARECER AO PROJETO DE LEI N.º 4.846, DE 1994.
APENSEM-SE A ESTE O PL 4.846/94 E SEUS APENSADOS.
POR OPORTUNO, RETIFICO O ATO DE CONSTITUIÇÃO DA COMISSÃO ESPECIAL DESTINADA A PROFERIR PARECER AO PROJETO DE LEI N.º 4.846, 1994, PARA DETERMINAR QUE ESTA SEJA CONSTITUÍDA COM O FIM DE APRECIAR O PROJETO DE LEI N.º 6.869, DE 2010, MANTENDO-SE AS COMISSÕES INDICADAS NO DESPACHO DE DISTRIBUIÇÃO QUE CONSTITUIU A COMISSÃO ESPECIAL NOS TERMOS DO ART. 34, II, DO RICD.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

(*) Republicado em 19/02/2015 para inclusão de apensados (253)

S U M Á R I O

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 4846-A/94 (3037/97, 3042/97, 3380/97, 3497/97, 3626/97, 3852/97, 3869/97, 3993/97, 4062/98, 4111/98, 4160/98, 4204/98, 4215/98, 4258/98, 4333/98, 4469/98, 4528/98, 4618/98, 4680/98, 4705/98, 4796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 964/99, 1056/99, 1100/99, 1151/99, 1175/99, 1277/99, 1346/99, 1382/99, 1408/99, 1512/99, 1599/99, 1706/99, 1761/99, 1893/99, 1923/99, 1955/99, 1982/99, 2017/99, 2090/99, 2130/99, 2185/99, 2334/00, 2365/00, 2389/00, 2417/00, 2468/00, 2613/00, 2786/00, 2833/00, 2908/00, 2919/00, 3067/00, 3089/00, 3152/00, 3262/00, 3354/00, 3423/00, 3451/00, 3463/00, 3583/00, 3619/00, 4062/01, 4273/01, 4424/01, 4461/01, 4532/01, 4745/01, 4791/01, 4839/01, 4955/01, 5121/01, 5140/01, 5464/01, 5528/01, 5561/01, 5708/01, 5792/01, 5834/01, 5973/01, 6017/01, 6343/02, 6729/02, 6971/02, 7332/02, 200/03, 204/03, 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03, 504/03, 871/03, 928/03, 983/03, 1168/03, 1171/03, 1433/03, 1657/03, 1774/03, 1788/03, 1789/03, 1880/03, 1915/03, 1945/03, 1998/03, 2089/03, 2268/03, 2807/03, 3080/04, 3311/04, 3315/04, 3321/04, 3474/04, 3529/04, 3682/04, 3919/04, 4112/04, 4391/04, 4407/04, 4549/04, 4721/04, 4921/05, 5713/05, 6329/05, 6379/05, 6643/06, 6807/06, 1002/07, 1016/07, 1066/07, 1925/07, 2026/07, 2035/07, 2134/07, 2369/07, 2549/07, 2658/07, 2733/08, 2746/08, 2760/08, 2833/08, 2840/08, 3164/08), 229/99, 5200/01, 6206/02, 3389/08, 3414/08, 4128/08, 4291/08, 4582/09, 4893/09, 5014/09, 5074/09, 5086/09, 5215/09, 5492/09, 5517/09, 5840/09, 6031/09, 6411/09, 6556/09, 7093/10, 7233/10, 7307/10, 7735/10, 290/11, 590/11, 639/11, 703/11, 903/11, 1007/11, 1064/11, 1115/11, 1250/11, 1350/11, 1522/11, 1643/11, 1664/11, 1722/11, 1986/11, 2077/11, 2213/11, 2237/11, 2396/11, 2418/11, 2463/11, 2487/11, 2501/11, 2512/11, 2601/11, 2649/11, 2683/11, 2896/11, 2901/11, 2925/11, 2927/11, 2931/11, 3104/12, 3308/12, 3329/12, 3434/12, 3560/12, 3563/12, 3581/12, 3590/12, 3619/12, 3658/12, 3668/12, 3721/12, 3746/12, 3840/12, 4070/12, 4079/12, 4101/12, 4152/12, 4192/12, 4549/12, 4669/12, 4755/12, 4772/12, 3205/04, 4980/13, 5003/13, 5050/13, 5124/13, 5125/13, 5292/13, 5502/13, 5921/13, 5927/13, 6366/13, 6502/13, 6658/13, 6792/13,7046/14, 7099/14, 7241/14, 7261/14, 7444/14, 7612/14, 8112/14, 8265/14, 8303/14 e 92/15

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 242-A:

> "Art. 242-A. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, servir ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente bebida alcoólica:
>
> Pena – detenção, de 6 (seis) meses a 4 (quatro) anos, e multa."

Art. 2º 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal, passa a vigorar com as seguintes alterações:

> "Art. 4º .....
> .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertências nos seguintes termos: 'Evite o consumo excessivo de álcool' e 'Proibida a venda a menores de 18 anos.'" (NR)

"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 são crimes puníveis com detenção dirigir sob a influência de álcool e vender bebida alcoólica a criança ou adolescente." (NR)

"Art. 9º .....

.....

VII – as previstas na Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, para os casos de violação da proibição de venda a menores de 18 (dezoito) anos de bebidas alcoólicas, produtos fumígeros ou outros cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, sem prejuízo do disposto nos arts. 242-A e 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

....." (NR)

Art. 3º Revoga-se o inciso I do art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais).

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

Senado Federal, em 1º de março de 2010.

Senador José Sarney
Presidente do Senado Federal

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 Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 242. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente arma, munição ou explosivo:

Pena - reclusão, de 3 (três) a 6 (seis) anos. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

.....

.....

LEI Nº 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. 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.

.....

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

I - advertência; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

IV - apreensão do produto; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. *(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

.....
.....

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de dezoito anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de frequentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de dois meses a um ano, ou multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

Pena - prisão simples, de dez dias a um mês, ou multa, de cem a quinhentos mil réis.

§ 1º Na mesma pena incorre aquele que, embora para fins didáticos ou científicos, realiza em lugar público ou exposto ao publico, experiência dolorosa ou cruel em animal vivo.

§ 2º Aplica-se a pena com aumento de metade, se o animal é submetido a trabalho excessivo ou tratado com crueldade, em exibição ou espetáculo público.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.846-A, DE 1994

(Do Sr. Francisco Silva)

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO 6869/2010.

S U M Á R I O

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 3037/97, 3042/97, 3380/97 (4258/98, 4333/98, 4680/98, 1346/99), 3497/97, 3626/97 (3852/97, 1175/99 (1168/03)), 3869/97, 3993/97, 4062/98, 4111/98, 4160/98, 4204/98, 4215/98, 4469/98, 4528/98, 4618/98, 4705/98, 4796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 964/99, 1056/99, 1100/99, 1151/99, 1277/99, 1382/99, 1408/99, 1512/99, 1599/99, 1706/99, 1761/99, 1893/99, 1923/99, 1955/99, 1982/99, 2017/99, 2090/99, 2130/99, 2185/99, 2334/00, 2365/00, 2389/00, 2417/00, 2468/00, 2613/00, 2786/00, 2833/00, 2908/00, 2919/00, 3067/00, 3089/00, 3152/00, 3262/00, 3354/00, 3423/00, 3451/00, 3463/00, 3583/00, 3619/00, 4062/01, 4273/01, 4424/01 (928/03), 4461/01, 4532/01, 4745/01, 4791/01, 4839/01, 4955/01, 5121/01, 5140/01, 5464/01, 5528/01, 5561/01, 5708/01, 5792/01, 5834/01, 5973/01, 6017/01, 6343/02, 6729/02, 6971/02, 7332/02, 200/03, 204/03 (504/03), 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03 e 871/03

III – Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:
- emendas apresentadas ao Projeto (02) – em 1995
- emenda apresentada ao Projeto – em 1999
- parecer do relator
- 1º substitutivo oferecido pelo relator
- complementação de voto
- 2º substitutivo oferecido pelo relator
- parecer da Comissão
- substitutivo adotado pela Comissão

IV – Novas apensações: 983/03, 1171/03, 1433/03, 1657/03, 1774/03, 1788/03, 1789/03, 1880/03, 1915/03, 1945/03, 1998/03, 2089/03, 2268/03, 2807/03, 3311/04, 3315/04, 3321/04, 3474/04, 3529/04, 3682/04, 3919/04, 4112/04, 4391/04, 4549/04, 3080/04, 4407/04, 4721/04, 4921/05, 5713/05, 6329/05, 6379/05, 6643/06, 6807/06, 1002/07, 1016/07, 1066/07, 1925/07, 2026/07, 2035/07, 2134/07, 2369/07, 2549/07, 2658/07, 2733/08, 2746/08, 2760/08, 2833/08, 2840/08 e 3164/08

V – Emendas de Plenário (7)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art.1º É vedado à publicidade comercial de bebidas alcoólicas e efetuar qualquer conexão entre bebidas e práticas desportiva.

§ 1º Toda publicidade comercial de bebidas alcoólicas deverá conter, no seu término, a seguinte advertência : "O consumo de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde".

§ 2º No caso de televisão a expressão prevista no parágrafo anterior deverá ser audiovisual.

§ 3º A mesma advertência de que trata o parágrafo anterior será incluída na publicidade em jornais, revistas e através das emissoras de radiofusão.

§ 4º A publicidade comercial de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão só poderá ser realizada após às 22 (vinte e duas) horas.

Art.2º É vedada a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios de esportes.

Art.3º Não é permitida a comercialização de bebidas alcoólicas em estabelecimentos de qualquer natureza às margens das rodovias federais.

Art.4º A inobservância a qualquer das disposições desta lei sujeitará os infratores a multa de dois mil reais.

Parágrafo único No caso de reincidência, a multa será aplicada em dobro.

Art.5º O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de sessenta dias, dispondo, inclusive sobre a forma de fiscalização de seu cumprimento.

Art.6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art.7º Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, aos

JUSTIFICAÇÃO

Ingenuamente, muitas pessoas pensam que o consumo de bebidas alcoólicas não configura vício ou dependência química.

Entretanto, é tudo isso e muito mais: a própria Organização Mundial de Saúde, órgão vinculado à ONU já catalogou o alcoolismo como doença, denominada Síndrome de Dependência Alcoólica.

Trata-se de um problema mundial, mas no Brasil vem assumindo proporções epidêmicas.

De fato, em nosso País não apenas adultos, mas inúmeros adolescentes que acabam sendo aliciados para o consumo de bebidas alcoólicas, tornando-se com rapidez, dependentes.

O pior é que as estatísticas comprovam que pelo menos cinqüenta e dois por cento dos acidentes do trabalho, que causam enormes prejuízos à economia nacional, são provocados pelo consumo excessivo de bebidas.

É preciso por conseguinte, que todo um elenco de providências seja urgentemente adotado, a fim de reverter esse quadro dramático, pois é inadmissível que até crianças tenham suas vidas destruídas pelo consumo de álcool, sabendo-se que são vítimas de espancamentos causados por pais alcoolizados.

Com esse objetivo precípuo elaboramos esta proposição, que dentre as medidas para atenuar os efeitos da perniciosa publicidade comercial de bebidas alcoólicas, determina que é vedada a conexão entre seu consumo e o esporte, pois ambos são antinômicos, mas freqüentemente utilizados para enganar o consumidor..

Além disso, o projeto estabelece que a propaganda de bebidas só poderá ser realizada, no rádio e na televisão, após as 22 horas, contendo sempre a advertência: "O consumo de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde", que deverá ser lida por um locutor, para que seja passada na

íntegra, atingindo inclusive aos deficientes visuais e àqueles que não sabem ler, sabendo-se que qualquer mensagem deve ser lida para melhor fixação.

Também é proibida a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios esportivos, onde é grande a quantidade de crianças e adolescentes, e a venda do produto às margens das rodovias federais.

Como se sabe, o álcool é causador de significativo número de acidentes de trânsito, e, portanto, não é admissível a sua venda nas estradas de rodagem federais. Aliás, isso já ocorre em vários países e também em Estados brasileiros, como São Paulo.

São, ainda, estabelecidas penalidades aos infratores de suas disposições, a fim de que a iniciativa tenha a indispensável eficácia.

Por todo o exposto, temos plena convicção de que a propositura haverá de merecer acolhimento.

Sala das Sessões, aos 06.12.94

Deputado **FRANCISCO SILVA**

DECISÃO DA PRESIDÊNCIA

Transfira-se ao Plenário a competência para apreciar o Projeto de Lei nº 4.846/94, nos termos do art. 24, inciso II, alínea "e" do Regimento Interno, devendo a CCJR pronunciar-se quanto ao mérito da Proposição (art. 32, inciso III, alínea "d" do RICD). Publique-se.

Brasília, 15 de março de 2000.

MICHEL TEMER
Presidente

Ref. REQ nº 842/2003 – Deputada ANGELA GUADAGNIN

Nos termos do art. 141 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, defiro o pedido de redistribuição de proposição e revejo o despacho anteriormente aposto ao PL nº 4846/1994, para incluir a CSSF entre as Comissões competentes para examinar-lhe o mérito, em decorrência do que determino a constituição de Comissão Especial nos moldes do art. 34, II, do RICD. Oficie-se ao Requerente e, após, publique-se.

Em 30/06/03

JOÃO PAULO CUNHA

Presidente

REQUERIMENTO Nº 242/2003
(Da Sra. Angela Guadagnin)

Requer redistribuição do PL 4846/94 de autoria do deputado Francisco Silva 'que estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas' e seus apensados à Comissão de Seguridade Social e Família.

Sr. Presidente,

Requeiro nos termos dos art. 139,II, a e 32,XII,a,c,d do Regimento Interno desta Casa, que o PL 4846/1994 de autoria do Sr. Francisco Silva, 'Que estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas' e seus apensados seja redistribuído para apreciação pela Comissão de Seguridade Social e Família.

O consumo de bebidas alcoólicas tem conseqüências alarmantes sobre a saúde dos cidadãos. Correlacionando apenas o alcoolismo com os acidentes de trânsito, chegaremos a custos da cifra de bilhões de reais para o Sistema Único de Saúde. Não se resume a este o prejuízo causado pelo álcool. A perda de produtividade destes indivíduos, a desestabilização das famílias, o impacto sobre o sistema previdenciário, e outras intercorrências que geram transtornos de todas as ordens. Não podemos nos furtar de discutir também os crescentes índices de alcoolismo na adolescência, que segundo pesquisas, tem servido de porta aberta para o consumo de drogas ilícitas. É imperativo que o colegiado da Comissão de Seguridade Social e Família discuta formas preventivas de tratar o problema, pois não temos apenas que restringir o consumo, mas também propor ações e políticas de saúde para enfrentar esta verdadeira epidemia.

DEPUTADA ANGELA GUADAGNIN
Presidente da Comissão de Seguridade Social e Família

PROJETO DE LEI Nº 3.037, DE 1997
(DO SR. ROBSON ROMERO)

Modifica 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, proibindo a propaganda de bebidas alcoólicas e produtos derivados do tabaco em eventos esportivos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O artigo 5° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 5° Fica proibida a propaganda estática de produtos derivados do tabaco e de bebidas alcoólicas em estádios, ginásios, autódromos e locais similares."

Art. 2° O artigo 6° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 6° É vedada a utilização de trajes esportivos e veículos de competição para difundir a propaganda dos produtos de que trata esta lei.".

Art. 3° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição promulgada em 1988, em seu artigo 220, estabeleceu restrições à veiculação de publicidade de produtos do tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e agrotóxicos, reconhecendo na utilização indiscriminada de tais produtos uma importante causa de enfermidades graves, cujo tratamento onera em demasia o sistema público de saúde e prejudica as relações familiares e profissionais do usuário.

Ao aprovar 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", o governo reconheceu a orientação constitucional, oferecendo à sociedade um eficaz mecanismo de limitação à publicidade desses produtos.

Algumas das disposições daquela Lei têm-se revelado, porém, insuficientes. Entre estas, cabe citar a liberdade de anunciar a marca de produtos potencialmente danosos à saúde e ao meio ambiente nos espaços publicitários de estádios e autódromos e na roupa de atletas. Por este meio, chega ao espectador de televisão informação sobre marcas e logotipos de embalagens desses produtos, estimulando-se assim o seu consumo.

Tais espaços publicitários possibilitam a formação de novos consumidores, possibilitando a retomada dos índices históricos de uso de bebidas alcoólicas e produtos do tabaco. Buscando modificar tal situação, apresentamos esta proposta que introduz modificações na Lei nº 9.294/96, de modo a eliminar a publicidade de tabaco e de bebidas alcoólicas nos locais e vestimentas destinadas à prática de esportes.

Estaremos, desta forma, acompanhando a tendência de diversos países desenvolvidos, que eliminaram por completo do rádio e da televisão a publicidade de tais produtos. Esperamos, em suma, contribuir para o aperfeiçoamento dessa Lei tão importante para nosso País e contamos, para tal, com o apoio dos nobres colegas Deputados a esta iniciativa.

Sala das Sessões, em 14 de abril de 1997

Deputado ROBSON ROMERO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

CONSTITUIÇÃO

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.

.....

§ 4° 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.

.....

.....

LEI Nº 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 § 4 DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

* *Regulamentada pelo Decreto n. 2.018, de 01/10/1996.*

.....

Art. 5º - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2 e 4, 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.

Art. 6º - É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.042, DE 1997
(DO SR. MARÇAL FILHO)

Modifica dispositivos da 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, e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica suprimido o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 2º O *caput* do artigo 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos e demais produtos derivados do tabaco somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e três horas e as quatro horas.".

Art. 3º O *caput* do artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

" Art. 4° A propaganda de bebidas alcoólicas somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e três horas e as quatro horas."

"Art. 4° Fica suprimido o § 2° do art. 5° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996.

" Art. 5° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

" Art. 6° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO.

A Lei n° 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", representou importante conquista da sociedade brasileira, que passou a dispor de instrumento eficaz para combater a publicidade de produtos danosos, ou potencialmente prejudiciais, à saúde e ao meio ambiente.

Após curto espaço de tempo, porém, já é possível percebermos a necessidade de aperfeiçoarmos ainda mais o texto por nós aprovado. Preocupa-nos, em particular, a superexposição do espectador à publicidade de bebidas alcoólicas de baixo teor, mas que podem, ainda assim, tornar-se vetores de difusão do alcoolismo. Tal publicidade agride abertamente todas as disposições vigentes para os demais produtos de que trata a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1966, associando o consumo à prática de esportes, inclusive com a utilização de trajes esportivos, e a associação à nudez feminina ao êxito pessoal e ao desempenho sexual.

Preocupados com as conseqüências danosas de tais peças publicitárias, que estimulam o aumento incontrolável de consumidores de bebidas alcoólicas e de cigarros ou de qualquer outro produto fumígero, apresentamos esta proposição que introduz pequenas, mas importantes modificações na lei vigente. O objetivo que buscamos atingir é o de restringir ainda mais o horário de veiculação da propaganda dos produtos aqui considerados, eliminando virtualmente a exposição da criança e do adolescente que, às vinte e uma horas, ainda representa razoável parcela da audiência de rádio e televisão.

Sabemos também que, com a globalização dos hábitos e costumes, através da INTERNET, ações inibidoras desses produtos que disseminam os vícios do fumo e da bebida de grande teor alcoólico ficam mais difíceis. Contudo, ações conjuntas do Estado com a sociedade civil tornarão possíveis eliminar estes abusos. Também buscamos eliminar, através da supressão do parágrafo único do art. 1° e do § 2° do art.5° da Lei n° 9.294/96, o inexplicável privilégio concedido aos produtores de bebidas leves para usufruírem plenamente de todas liberdade na veiculação de publicidade e da qual estão, infelizmente, exagerando.

Diversos países desenvolvidos, nos quais a indústria de bebidas tem grande importância econômica e relevante tradição cultural, eliminaram por completo do rádio e da televisão a publicidade de tais produtos. É o reconhecimento dos danos que o seu uso abusivo causa à sociedade, na forma de doenças, absenteísmo ao trabalho e degradação da relações familiares e sociais. Desejamos, com as modificações propostas, contribuir para o aperfeiçoamento da nossa programação de rádio e televisão, veiculando ao espectador um conteúdo que atenda a adequados padrões culturais e educacionais. Esperamos, nesse sentido, contar com o necessário apoio dos nobres colegas.

Sala das Sessões, em de de 1997.

24/04/97

Deputado MARÇAL FILHO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

CONSTITUIÇÃO

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.

.....

§ 4° - 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.

.....

.....

LEI 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 § 4° DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Art. 1° - 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 § 4° 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. 3° - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

Art. 4° - Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

Art. 5° - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

.....

§ 2° - Nas condições do "caput", as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do Art. 3° desta Lei.

.....

Ref. Of. 209/2001-P, de 30/05/01 - CSSF

Defiro. Apense-se o PL 3.380/97 e seus apensados ao PL 4.846/94. De outra parte, revejo o despacho de distribuição do PL 3.380/97 e de todos os que estavam a ele apensados, para determinar como competentes quanto aos aspectos de mérito apenas as seguintes Comissões: CCTCI; CEIC e CCJR. Oficie-se à requerente e, após, publique-se.

Em: 21/06/01

AÉCIO NEVES
Presidente

COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

Ofício nº 209/2001-P

Brasília, 30 de maio de 2001.

Senhor Presidente,

Solicito a Vossa Excelência determinar, segundo dispõem os artigos 142 e 143 do Regimento Interno, **a tramitação conjunta dos Projetos de Lei nºs 4.846, de 1994**, do Sr. Francisco Silva, que " Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas " e **3.380, de 1997**, da Srª. Dalila Figueiredo, que "altera o § 2º do art. 3º da 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", por versarem matéria análoga, tendo em vista Requerimento do Deputado Serafim Venzon, cópia em anexo.

Respeitosamente,

Deputada **LAURA CARNEIRO**
Presidente

A Sua Excelência o Senhor
Deputado **AÉCIO NEVES**
Presidente da Câmara dos Deputados
Nesta

PROJETO DE LEI N.º 3.380, DE 1997

(Da Sra. Dalila Figueiredo)

Altera o § 2º do art. 3º da 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; tendo parecer: da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, pela aprovação dos de nºs 4.680/98 e 1.346/99, apensados, com substitutivo, e da emenda apresentada ao substitutivo, e pela rejeição deste e dos de nºs 4.258/98 e 4.333/98, apensados (relatora: DEP. ALCIONE ATHAYDE)

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4.846/94.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: PLs 4.258/98, 4.333/98, 4.680/98 e 1.346/99

III - Na Comissão Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias:
- parecer da relatora
- substitutivo oferecido pela relatora
- emenda apresentada ao substitutivo
- parecer ao PL 1.346/99, apensado, e à emenda apresentada ao substitutivo
- 2º substitutivo oferecido pela relatora
- complementação de voto
- 3º substitutivo oferecido pela relatora
- parecer da Comissão
- substitutivo adotado pela Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes incisos:

"Art. 3º.....

§ 1º .....

§ 2º .....

VII - fumar pode matar;

VIII - a nicotina vicia."

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

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, veio disciplinar, entre outras coisas, a propaganda de produtos fumígeros, atendendo à disposição constitucional.

A citada lei obriga a que, na propaganda de produtos fumígeros, constem advertências ao consumidor sobre os males que esses produtos podem lhe causar. No entanto, em nosso entendimento, as advertências constantes da lei são insuficientes para informar corretamente o consumidor das reais consequências que o consumo de tabaco traz para sua saúde.

Recentemente, as poderosas empresas multinacionais do fumo, sediadas nos Estados Unidos da América do Norte, têm proposto acordos ao governo desse país, para evitarem a possibilidade de serem alvo de milhões de ações na justiça, onde consumidores pleitearíam indenizações milionárias pelos danos provocados pelo tabaco à sua saúde.

Nesse acordo, a indústria de produtos fumígeros concordaria em colocar, na embalagem de seus produtos, advertências mais incisivas a respeito dos prejuízos que o uso do tabaco pode trazer à saúde; do tipo: "O cigarro mata" e "A nicotina vicia". Em troca, ficaria livre de qualquer ação de indenização por dano à saúde proposta por consumidores. Pois, com essas informações, eles já estariam suficientemente avisados dos riscos envolvidos no uso do produto, isentando os fabricantes de qualquer responsabilidade.

Em nosso entendimento, o fato de os maiores fabricantes de produtos fumígeros do mundo admitirem publica e oficialmente o que a maioria das pessoas já sabe, ou seja, que a nicotina vicia e que o consumo de tabaco acelera a morte das pessoas, comprova que a Lei brasileira que rege o assunto, apesar de recente, está ultrapassada, sendo imprescindível que tais advertências cheguem ao consumidor brasileiro nas embalagens desses produtos, sob pena de praticarmos a política do obscurantismo.

Pelo acima exposto, espero que os ilustres membros desta Comissão apreciem favoravelmente este projeto de lei.

Sala das Sessões, em 10 de 07 de 1997.

Deputada DALILA FIGUEIREDO

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

§ 2º - A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.258, DE 1998
(DO SR. MOISÉS BENNESBY)

Dispõe sobre a advertência em embalagens de produtos fumígenos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Todas as embalagens de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, ou de qualquer outro fumígeno, deverão trazer a seguinte advertência impressa de forma legível e ostensiva: O FUMO FAZ MAL À SAÚDE.

§ 1º A exigência de que trata este artigo é ostensiva a todos os materiais que façam difusão ou propaganda de produtos fumígenos de qualquer espécie.

§ 2º A advertência pode ser também falada comforme a natureza de peça publicitária ou difusora.

Art. 2º O Poder Executivo regulametará esta lei em até 120 (cento e vinte) dias da sua publicação.

Art. 3º Esta lei entra em vigos na data de sua publicação.

Art. 4º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

As frases de advertência atualmente impressas nas embalagens dos cigarros e assemelhados, por força da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, não têm força persuasiva, não afirmam um dano certo e evidente aos fumantes.

Vejamos um exemplo: "O ministério da Saúde adverte: fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral". A frase indica apenas uma possibilidade de vir a ocorrer tais problemas tirando a assertividade da mensagem que fica frágil, diluída. O indivíduo, como é próprio da natureza humana, sempre acha que com ele não vai acontecer nada, que a probabilidade não o escolherá para um dano tão sério à sua saúde.

Está amplamente e definitivamente comprovado, em inúmeros trabalhos científicos de reconhecimento incontestável, que o fumo efetivamente provoca, de forma direta, diversas e graves maleficios ao organismo humano. A variação ocorre em função das características das pessoas, genéticas ou não, da quantidade de cigarros que fumam e assim por diante. Entretanto, como regra, todos os fumantes serão inexoravelmente prejudicados de alguma forma pelo consumo de rais produtos.

A organização Mundial da Saúde, baseada em extensa literatura médica sobre a relação entre o fumo e o infarto do miocárdio, indica, por exemplo, que o vício de fumar concorre com 25% para a mortalidade de doenças coronarianas. Ou seja, o indivíduo estará certamente prejudicado, em maior ou menor grau, conforme sua suscetibilidade, mas estará afetado sempre.

São este os motivos que nos levam a apresentar este Projeto de Lei visando que a mensagem de advertência nas embalagems dos produtos fumígenos seja mais afirmativa, mais efetiva e direta quanto aos prejuízos que pode provocar.

Esperamos, pois, pela atenção dos ilustres colegas desta Câmara dos Deputados para a aprovação desta propositura que entendemos ser significativa relevância social.

Sala das Sessões, em 17 de 03 de 1998.

Deputado Moisés Bennesby

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

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 de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.333, DE 1998
(DO SR. FERNANDO ZUPPO)

Modifica 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 alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O art. 3° da Lei n° 9.294 , de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 3° É proibida a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero.

Parágrafo único. As embalagens dos produtos de que trata este artigo, exceto se destinadas à exportação, conterão advertência escrita, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

Art. 2° O Poder Executivo regulamentará as disposições desta lei no prazo de trinta dias, contados de sua publicação.

Art. 3° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Em recente acordo com o governo norte-americano, as indústrias do tabaco comprometeram-se a pagar elevadas multas, para cobrir os gastos do sistema de saúde com doenças derivadas do tabagismo. É o reconhecimento de que o consumo do cigarro provoca enfermidades graves e de tratamento oneroso, tais como o câncer, o enfisema pulmonar e a úlcera de estômago. Estima-se que as perdas devidas ao tratamento dessas doenças pelo sistema público de saúde chegue, em nosso País, à casa de alguns bilhões de dólares ao ano. Isto sem levar em consideração os prejuízos decorrentes da perda de produtividade do enfermo, das licenças de trabalho e do absenteísmo.

No combate ao tabagismo, esta Casa aprovou a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que impôs limitações à publicidade dos produtos fumígeros. Trata-se,

porém, de um mero passo inicial que tem sido ludibriado pela criatividade das agências de publicidade.

A iniciativa que ora propomos busca limitar, ainda mais, o acesso do jovem ao tabagismo, através da proibição da publicidade de cigarros e demais produtos derivados do tabaco.

Entendemos que esta iniciativa acompanha a tendência mundial de controle do consumo de produtos fumígeros e, por sua importância, conclamamos os nobres Pares a assegurar o necessário apoio à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 26 de 03 de 1997

Deputado FERNANDO ZUPPO

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2° - A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° - As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.680, DE 1998
(DO SR. JOSÉ PINOTTI)

Modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a propaganda de produtos do tabaco.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei modifica a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a propaganda de produtos derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

Art. 2° O artigo 3° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 3° A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo e demais produtos derivados do tabaco 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V – não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 1° Fica proibida a propaganda dos produtos referidos no caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

§ 2° A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I – fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II – fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III – fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V – evite fumar na presença de crianças;

VI – fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° A advertência de que trata o parágrafo anterior será acompanhada de locução, quando assim o possibilitar o meio de comunicação utilizado para a sua veiculação.

§ 4° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no § 2°.

§ 4° As cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deverão ser escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

§ 5° É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 3° Fica suprimido o § 2° do art. 5° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 4° Esta lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A sociedade brasileira continua a sofrer com os danos provocados pelo tabagismo. Estima-se que, a cada ano, cerca de 100.000 óbitos estejam relacionados com doenças decorrentes desse terrível vício.

A Lei n° 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", representou importante avanço no controle do tabagismo e do alcoolismo, mas representa, ainda, esforço insuficiente, diante da expansão do consumo de cigarros em nosso País. É preciso

incorporar a esse texto legal as lições que aprendemos durante esses dois anos de sua aplicação.

Particularmente relevante é a pressão da publicidade do tabaco no rádio e na televisão. Os símbolos utilizados nessas inserções publicitárias, tais como o caubói, o simpático camelo de desenho animado, as belas jovens ou os praticantes de esportes radicais, voltam-se ao público jovem, buscando criar um clima favorável ao tabagismo, estimular a falaciosa filosofia de uma "livre escolha" e seduzir novos consumidores.

Essa forma de propaganda logra, inteligentemente, contornar as restrições da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Trata-se de prática enganosa para o consumidor, perniciosa à sociedade e perpetuadora do alcance conquistado pelo cigarro junto ao público brasileiro, associando o seu consumo à prática de esportes, inclusive com a utilização de trajes esportivos, e a associação com o êxito pessoal e o desempenho sexual.

Apresentamos, pois, esta proposição que introduz modificações na lei vigente, proibindo a publicidade do tabaco no rádio e na televisão, de modo a evitar a exposição da criança e do adolescente à propaganda do tabaco. Acompanharemos, dessa forma, as disposições já vigentes nos EUA, na França e em outros países europeus.

Esperamos, dessa forma, contribuir com o aperfeiçoamento dessa legislação inovadora e tão importante para a nossa saúde pública. Cientes que estamos da importância da iniciativa, pedimos aos nobres colegas o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 01 de JULHO de 1998

Deputado JOSÉ PINOTTI

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.

§ 1° - 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 4° - 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.

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2° - A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° - As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5 - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

Art. 5° - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

§ 1° - As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° - Nas condições do "caput", as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.346, DE 1999
(DO SR. PAULO MARINHO)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", estabelecendo limites à publicidade de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, somente será permitida na imprensa escrita, excetuados os periódicos que se destinarem, ainda que parcialmente, ao público infantil ou juvenil, e em painéis, cartazes e outdoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação.

§ 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 atribuir aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito assemelhado;

III – não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas ou insinuar aumento de virilidade ou feminilidade nas pessoas fumantes;

IV- esportes, nem não associar o uso do produto à prática de sugerir ou induzir o seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegal

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se

§ 2° A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte".

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II – fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III – fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV- quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V – evite fumar na presença de crianças;

VI – fumar provoca diversos meles à sua saúde;

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no parágrafo anterior.

§ 4° As Cláusulas de advertências a que se refere o § 2° deverão ser escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

§ 5° A publicidade dos produtos referidos neste artigo em painéis, cartazes e outdoors ficará restrita à apresentação da marca, logomarca ou logotipo, sendo vedada a sua colocação a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 2° O artigo 4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4° A propaganda comercial de bebidas alcoólicas somente será permitida na imprensa escrita, excetuados os periódicos que se destinarem, ainda que parcialmente, ao público infantil ou juvenil, e em painéis, cartazes e outodoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação.

§ 1° A propaganda comercial de bebida alcoólica não poderá associar o produto à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade , à condução de veículos e a idéias ou imagens de sexualidade, ou sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, ou em locais ou situações perigosas ou ilegais.

§ 2° È vedada a participação de crianças ou adolescentes na propaganda comercial de bebidas alcoólicas.

§ 3° A propaganda conterá advertência escrita sobre os efeitos decorrentes do consumo do alcoól, através das seguintes frases, usadas seqüêncialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva:

I – não dirija após ingerir bebida alcoólica;

II – o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

III – o consumo do álcool durante a Gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

§ 4° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no parágrafos anterior.

§ 5° A publicidade dos produtos referidos neste artigo em painéis, cartazes e outodoors ficará restrita à apresentação da marca, logomarca ou logotipo, sendo vedada a sua colocação a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 3° O art. 5° da Lei n° 9.249, de 15 de Julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts 2° e 4° desta lei, quando feitas em veículos de competição, ficarão restritas á identificação da marca ou logotipo do produto, sem recomendações dos seu consumo.

Parágrafo único. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática em estádios e locais assemelhados."

Art. 4° O art. 6° da Lei n° 9.249, 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 6° É vedada a utilização de uniformes de competição e trajes ou acessórios desportivos para a publicidade dos produtos de que trata esta Lei."

Art. 5° Fica suprimido o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.249, 15 de julho de 1996.

Art. 6° O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 7° Esta Lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo e o alcoolismo continuam a ser graves doenças sociais. O consumo abusivo do álcool, alavancado pela agressiva campanha das cervejarias, tem aumentado em nosso País, principalmente entre os mais jovens. A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, representou importante passo na limitação a essa tendência, ao impor restrições à publicidade dos produtos fumígeros e das bebidas alcoólicas. Trata-se, porém, de um mero passo inicial no controle desses vícios que são responsáveis, segundo conceituadas pesquisas da área de saúde, por diversos males, dentre as quais o enfisema pulmonar, a úlcera e diversas formas de câncer.

O governo brasileiro vê, a cada ano, bilhões de reais serem gastos com o tratamento dessas doenças pelo sistema público de saúde. Perdem também as empresas, vitimadas pelo absenteísmo e por problemas de relacionamento com profissionais dependentes. É atingida, igualmente, a família brasileira, vitimada pela violência doméstica provocada pelo alcoolismo.

Trata-se de situação que demanda *ulteriores providências* da nossa parte, no sentido de tornar mais rigorosa a legislação relativa à publicidade desses produtos. Se a propaganda não convence o indivíduo, cria uma aura de *legitimidade entorno* do consumo do álcool e do tabaco, estimulando o vício e a dependência química.

Cientes dessa situação, propomos aos ilustres colegas Deputados este texto, que procura aperfeiçoar a Lei vigente, tornando mais restritiva a publicidade de tabaco e das bebidas alcoólicas. Pretendemos, sobretudo, que a propaganda audiovisual, veiculada no rádio, na televisão e nos canais por cabo, seja banida, evitado-se dessa forma, que a mídia que maior penetração e maior persuasão seja utilizada para estimular o consumo desses perniciosos produtos.

Convencidos que estamos da relevância da proposição que ora apresentamos, solicitamos aos doutos Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala de Sessões, em 30 de 06 de 1999.

Paulo Marinho
Deputado Federal

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º.É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º.A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2°. A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3°. As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4°. Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5°. Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

Art. 4°.Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1°. 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 veículo e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2°. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5°. As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4°, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificados apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 1°. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2°. Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

Art. 6°.É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7°.A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser fita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1°. Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências, quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2°. A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3°. Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1° deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4°. Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art. 8°.A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicaçãosobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9°.Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa de R$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinqüenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1°. As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2°.Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3°. Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Art. 10.O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11.Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12.Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobim

Arlindo Porto

Adib Jatene

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MEIO AMBIENTE E MINORIAS

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe, de autoria da ilustre Deputada Dalila Figueiredo, acrescenta ao § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294/96, os incisos VII e VIII. O citado § 2º determina que a propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através de frases de advertência que relacionam o fumo a diversas doenças. Essas frases, sempre precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte", são enumeradas em seis incisos e podem ser usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo, nesta última hipótese, variar no máximo a cada cinco meses. Os incisos VII e VIII acrescentados pela proposição em exame adicionam, respectivamente, as seguintes frases: "fumar pode matar" e "a nicotina vicia" ao referido § 2º.

Em sua justificação, a autora argumenta que as poderosas multinacionais do fumo, sediadas nos EUA, têm proposto ao governo daquele País a colocação de advertências mais incisivas sobre os prejuízos do fumo à saúde nas embalagens de seus produtos, como forma de acordo, para ficarem isentas de qualquer responsabilidade, quando da interposição de ações de indenização por dano à saúde, cada vez mais propostas pelos consumidores. Entende a Autora que o fato de aquelas empresas, as maiores do mundo no setor, admitirem publicamente o que o mundo inteiro já sabe, que a nicotina vicia e que o consumo de tabaco acelera a morte das pessoas, comprova que a lei brasileira, apesar de recente, está ultrapassada, sendo imprescindível que

tais advertências cheguem, o mais rápido possível, aos consumidores brasileiros.

Três outras proposições encontram-se apensadas ao PL 3.380/97, das quais faremos um breve resumo a seguir.

O Projeto de Lei nº 4.258/98, de autoria do Deputado Moisés Bennesby, que "Dispõe sobre a advertência em embalagens de produtos fumígenos", determina que todas as embalagens de cigarros e assemelhados devem trazer a advertência: O FUMO FAZ MAL À SAÚDE. A exigência se estende aos materiais de propaganda e difusão dos citados produtos, segundo define o § 1º do art. 1º. Justifica o Autor que a Lei nº 9.294/96, que trata da matéria, não traz, nas frases de advertência que estabelece, persuasão forte o suficiente que afirme o dano certo e evidente aos fumantes.

O Projeto de Lei nº 4.333/98, de autoria do Deputado Fernando Zuppo, que "Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outra providências" propõe modificar o art. 3º da citada Lei, proibindo completamente a propaganda comercial de cigarros e outros produtos fumígenos. Ficam mantidas, nos termos do parágrafo único do art. 1º da proposição, as advertências estabelecidas pela Lei em vigor para as embalagens de tais produtos.

Em sua justificação, o Autor argumenta que a Lei atual apenas determina limitações à publicidade dos produtos fumígenos, sendo constantemente ludibriada pela criatividade das agências de publicidade, e que sua iniciativa acompanha a tendência mundial de controle cada vez maior do consumo desses produtos, limitando ainda mais o acesso, principalmente de jovens, ao tabagismo.

Por seu turno, o Projeto de Lei nº 4.680/98, de autoria do Deputado José Pinotti, "Modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a propaganda de produtos do tabaco".

O referido projeto de lei modifica o art. 3º da Lei nº 9.294/96, estabelecendo princípios a serem observados na propaganda comercial dos produtos fumígenos, proibindo a sua veiculação nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, obrigando a inscrição de frases de advertência e vedando a colocação de painéis, cartazes e *outdoors* com publicidade dos citados produtos a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos. Outrossim, a proposição suprime o § 2º do art. 5º da citada Lei, que liberava as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos fumígenos da exigência contida no § 2º do art. 3º da Lei, qual seja das cláusulas de advertência.

O Autor justifica que apesar do avanço representado pela aprovação da Lei nº 9.294/96 para o controle do tabagismo, novas lições,

aprendidas nesses dois anos, devem ao texto legal ser incorporadas, com vistas a aperfeiçoá-lo. Particularmente, propõe o nobre Deputado a proibição da publicidade do tabaco no rádio e na televisão, de modo a evitar a exposição da criança e do adolescente ao estímulo à prática do tabagismo. Dessa forma, acredita o Parlamentar, acompanharemos as disposições já vigentes nos EUA, na França e em outros países europeus.

Distribuídos a este órgão técnico para exame de mérito, a proposição e seus apensos não receberam emendas no prazo regimental.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

Para efeito de facilitar a compreensão, optamos por apresentar a seguir, separadamente, as análises do projeto principal e de seus apensos.

- **Projeto de Lei nº 3.380, de 1997**

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, veio a lume após longo período de tramitação nesta Casa e no Senado Federal, e, portanto, após exaustivas e ponderadas considerações. O modelo adotado para a divulgação das cláusulas de advertência segue uma lógica clara: primeiramente são elencadas as hipóteses específicas de prováveis danos à saúde causados pelo tabagismo (doenças do coração, derrame cerebral, câncer de pulmão, bronquite crônica, enfisema pulmonar, úlcera do estômago, danos ao bebê durante a gravidez e às crianças em geral), e, após, introduzida uma advertência genérica (fumar provoca diversos males à saúde).

A proposição em foco pretende incluir duas novas cláusulas de advertência. A primeira delas – "fumar pode matar" – afasta-se desse modelo lógico, esvazia-se por sua falta de especificidade, e, a rigor, já se encontra contida, com melhor técnica, mais ciência e menos radicalismo, na advertência genérica em vigor. Quanto à segunda cláusula de advertência proposta – "a nicotina vicia" – implica ela em adotar-se, como incontroversa, tese científica que ainda não alcançou assentimento unânime.

Com efeito, parcela ponderável da comunidade científica considera o cigarro um hábito, não um vício, e não reconhece a nicotina como substância viciante, entre outras razões, por não produzir sintomas de intoxicação, tolerância e síndrome de abstinência expressiva, não sendo seus efeitos diferentes daqueles produzidos, analogamente, pela cafeína. A prova está em que milhões de pessoas em todo o mundo já deixaram de fumar – isto ainda ocorre todos os dias – e o fizeram sem qualquer ajuda terapêutica específica. Ademais, mesmo a corrente que aceita o caráter viciante da nicotina reconhece que a dependência não se manifesta necessariamente em todos os fumantes, devendo ser apurada caso a caso, indivíduo a indivíduo.

Note-se, a propósito, que o Ministério da Saúde, depois de haver instituído cláusula advertindo que "a nicotina do tabaco cria dependência

física" (Portaria nº 2.619, de 29/12/94), não reproduziu tal advertência na regulamentação posterior (Portaria nº 477, de 24/03/95), advertência que igualmente não foi adotada pela Lei nº 9.294, de 15/07/96.

Assim sendo, não nos parece adequado que o legislador advirta sobre efeito ainda controverso cientificamente. Por outro lado, é certo que tal conduta não resultará prejuízo ao consumidor, pois a controvérsia é de amplo conhecimento público, objeto quase que diário de todas as formas de divulgação (televisão, jornais, revistas, etc), de modo que nenhum fumante desconhece hoje essa questão. No máximo, poderíamos pensar em uma advertência do tipo "a nicotina pode criar dependência".

Pelas razões expostas, manifestamo-nos pela rejeição quanto ao mérito do Projeto de Lei nº 3.380, de 1997, sem embargo de louvarmos a intenção de sua nobre Autora.

- **Projeto de Lei nº 4.258, de 1998**

A disposição que pretende estabelecer o referido projeto de lei já encontra-se contemplada pela Lei nº 9.294/96, conhecida como Lei Murad, de maneira muito mais ampla e completa. Note-se que, entre as cláusulas de advertência constantes na citada Lei, existe uma que se assemelha à proposta pelo ilustre Deputado, qual seja "FUMAR PROVOCA DIVERSOS MALES À SAÚDE" (art. 3º, § 2º, VI, da Lei nº 9.294/96). Pelo exposto, votamos contrariamente à sua aprovação no mérito.

- **Projeto de Lei nº 4.333, de 1998**

Quanto à sua primeira pretensão, qual seja a de proibir, de forma absoluta, a propaganda comercial de artigos de tabaco, o projeto apresenta-se revestido de inconstitucionalidade, pois contraria expressamente o disposto no § 4º do art. 220 da Carta Federal, que determina:

> *"Art. 220. .....*
> *"§ 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."*

Como se vê, o dispositivo constitucional supratranscrito admite a propaganda comercial de tabaco, ainda que sujeita a restrições, o que, entendemos, é incompatível com a proibição absoluta pretendida pela proposição em exame. Ocorre, ainda, que, da nova redação do art. 3º da Lei 9.294/96 proposta pelo projeto, resulta a supressão dos princípios enumerados no § 1º do texto atual desse dispositivo, qual seja:

> *"Art. 3º .....*
> *"§ 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 e à 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

"V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

"VI - não incluir, na radiodifusão de sons e de imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se."

Consideramos a supressão de tais princípios absolutamente inconveniente e oposta aos interesses da saúde pública.

Quanto à segunda pretensão, temos que as cláusulas de advertência elencadas são exatamente as constantes na referida Lei Murad, nenhuma novidade sendo introduzida.

À vista do exposto, nosso parecer é contrário à aprovação, quanto ao mérito, do Projeto de Lei nº 4.333/98.

- **Projeto de Lei nº 4.680, de 1998**

A proibição a que se refere o projeto em epígrafe diferencia-se da tratada no projeto anteriormente analisado, visto que, neste caso, pretende-se apenas proibir a propaganda dos produtos fumígenos nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e não a vedação total da propaganda comercial de tais produtos. A vedação parcial da propaganda do tabaco não fere, no nosso entender, o texto constitucional acima mencionado, mas pode ser considerada parte das restrições legais a que este produto está sujeito.

Outrossim, importa lembrar que a mesma proibição vigora nos Estados Unidos da América desde 19 de março de 1970 (HR 6543-PL 91-222), o que impossibilita as indústrias de cigarros, americanas em sua maioria, de efetuarem qualquer reclamação quanto às condições de comercialização de seus produtos em nosso País. Essas indústrias apenas passarão a encontrar, no Brasil, as mesmas restrições à propaganda que já encontram em seu país de origem.

Contraditoriamente, porém, o projeto sugere que as advertências sobre os malefícios do fumo devem ser acompanhadas de locução, quando assim possibilitar o meio de comunicação utilizado. Este dispositivo torna-se completamente inócuo à vista da proibição acima mencionada, estando, assim, inutilizado o efeito de reforço que pretenderia causar nas ditas advertências.

A vedação da colocação de painéis, cartazes e *outdoors* com publicidade dos produtos fumígenos a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino e destinados à prática de esportes, é muito pertinente, aperfeiçoando, sem dúvida alguma, a Lei nº 9.294/96, em sua parte que disciplina as restrições a propaganda dos referidos produtos.

Igualmente pertinente, em nosso ponto de vista, é a supressão do § 2º do art. 5º da citada lei, proposta pelo projeto, de forma a estender a obrigação das advertências contra o consumo de tabaco às chamadas e caracterizações de patrocínio. Consideramos que essa medida disciplina ainda mais a propaganda dos produtos fumígenos, tendência mundial, como bem salientou o nobre Deputado José Pinotti, em sua justificação.

Diante do exposto, e levando em conta a possibilidade de aprimorar o combate ao tabagismo em nosso País, face aos malefícios que lhe são associados, optamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, na forma de Substitutivo que ora oferecemos.

Com efeito, produto lícito que seja, deve o consumo de cigarros e assemelhados estar suficientemente restrito a um público capacitado ao livre exercício do direito de escolha, desde que lhe seja assegurada ampla e completa informação sobre os prejuízos à saúde atribuídos a estes produtos. Entendemos que neste público acima especificado não podem estar incluídos adolescentes e crianças, extremamente impressionáveis por apelos de *marketing*, mormente os veiculados por imagens e sons, conforme pode confirmar qualquer profissional da área de psicologia.

No Substitutivo que estamos propondo, em que se absorvem diversos pontos do PL 4.680/98, decidimos dividir a regulamentação em duas vertentes: a primeira estabelece medidas que visam restringir o acesso de menores de idade aos produtos de tabaco; a segunda visa aumentar o grau de informação sobre o produto que os consumidores devem receber. De forma complementar, são definidos os responsáveis pela observância das medidas preconizadas e estabelecidas as sanções a que estarão sujeitos.

No que se refere especificamente à proibição da propaganda dos produtos fumígenos nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons, julgamos satisfatório que ela se dê apenas no período em que, normalmente, crianças e adolescentes assistem à programação desses veículos de comunicação. No texto em vigor, proíbe-se a propaganda entre as 6 e as 21 horas, mas esse período ainda é insuficiente. Assim, decidimos estender a proibição para o horário compreendido entre as 6 e as 23 horas.

Aproveitamos, ainda, para disciplinar em nível nacional a proibição da venda de produtos derivados do tabaco a menores de 18 anos. Tal medida é importante pois hoje existem apenas umas poucas legislações estaduais e municipais que o fazem. A exigência da exibição de documento comprobatório de idade atribui eficácia à norma e confere ao varejista proteção legal para a hipótese de recusa de venda.

Incluímos, também, a obrigatoriedade da divulgação, ao consumidor, de informações relevantes sobre o produto (teores de nicotina,

alcatrão e monóxido de carbono). Embora tal divulgação já ocorra na maioria dos cigarros encontrados no mercado, em virtude de procedimento voluntariamente acertado pelos dois maiores fabricantes do País com o Ministério Público do Estado de São Paulo, e cuja observância estenderam ao nível nacional, o ajuste deixa de fora exatamente produtos de mais baixo preço, dirigidos ao público menos esclarecido. Afora isso, a normatização em lei ampliará a exigibilidade da conduta e sua fiscalização pelas autoridades de todos os níveis e não apenas pelo Ministério Público.

Finalmente, pela oportunidade que se apresenta, estamos corrigindo um erro técnico da redação da Lei nº 9.294/96, que não foi percebido quando de sua tramitação. Trata-se do uso, equivocado, da expressão "fumígero", inexistente, em lugar de "fumígeno", com o significado de "produtor de fumo ou fumaça".

Feitas as considerações aos projetos analisados, somos pela rejeição quanto ao mérito dos Projetos de Lei nº 3.380, de 1997; nº 4.258, de 1998, e nº 4.333, de 1998, e pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 30 de junho de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 4.680, de 1998

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 (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos, proibindo a venda destes produtos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz

legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."

"Art. 2º-E Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados, de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G São co-responsáveis pela observância do dispostos nos artigos 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a

publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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 esportes, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

"V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

"VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

"I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

"II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

"III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

"IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

"V - evite fumar na presença de crianças;

"VI - fumar provoca diversos males à sua saúde;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no § 2º, escritas de forma

legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino ou de local destinado à prática de desportos." (NR)

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo, além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 5º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 30 de junho de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Emenda nº 01/99

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MEIO AMBIENTE E MINORIAS

Emenda Modificativa ao Substitutivo ao PL 3380, de 1997

Dê-se ao § 4º do Art. 3º do Substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias a redação que se segue:

" Artigo 3º .....
§ 1º .....
§ 2º .....
§ 3º .....
§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino do 1º e 2º graus e de outras instituições públicas destinadas à guarda de crianças e de adolescentes."

JUSTIFICATIVA

Embora bem redigido o § 4º do art. 3º do Substitutivo apresentado pela eminente relatora, achamos conveniente que se faça menção, objetivamente, aos estabelecimentos de ensino do 1º e do 2º graus e de outras instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes.

A redação proposta pelo Substitutivo refere-se a "estabelecimentos de ensino ou local destinado à prática de desportos." Nosso objetivo é impedir o induzimento de menores de idade, crianças e adolescentes ao consumo de cigarros e produtos assemelhados e até mesmo aos adultos que devem ser informados dos malefícios à saúde de tais produtos. Os adultos, entretanto, têm, com a maturidade que lhes é própria, e que não é encontrada em crianças e adolescentes, discernimento para escolher, assim mesmo, por consumi-los.

Pelas razões expostas, e, parece-nos, sem contrariedade ao espírito do projeto, é que apresentamos a emenda em questão.

Deputado Eunício Oliveira
PMDB/CE

PARECER AO PROJETO 1.346/99, apensado, E À EMENDA APRESENTADA AO SUBSTITUTIVO

Aberto prazo para emendas nos termos regimentais, o Substitutivo que oferecemos ao projeto de lei em epígrafe recebeu uma única proposta de alteração, por parte do ilustre Deputado Eunício Oliveira. A emenda apresentada por ele pretende determinar a proibição de colocação de painéis, cartazes e *outdoors* nas proximidades de instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, a exemplo do que se prevê para as escolas de 1° e 2° graus.

Outrossim, ainda durante o período de discussão da matéria neste órgão técnico, a proposição em exame recebeu a apensação do Projeto de Lei n° 1.346/99, de autoria do ilustre Deputado Paulo Marinho, que somente admite a propaganda de produtos fumígenos nos meios de comunicação impressos, desde que não sejam publicações dirigidas ao público infanto-juvenil, e em painéis, cartazes e *outdoors*. Procedimentos e restrições semelhantes deverão ser aplicados à propaganda de bebidas alcoólicas.

O texto ainda amplia o número de frases de advertência que deverão constar das embalagens e da publicidade de bebidas alcoólicas, veda totalmente a utilização de uniformes de competição para propaganda dos produtos fumígenos e bebidas alcoólicas, bem como suprime o dispositivo que

define bebida alcoólica como sendo aquelas com teor de álcool superior a treze graus Gay Lussac

Justifica o nobre Autor sua iniciativa com o argumento da necessidade de tornar a legislação vigente ainda mais restritiva, para inibir com maior rigor o consumo de álcool e de produtos fumígenos.

Consideramos que tanto a emenda como a proposição apensada podem aperfeiçoar significativamente o Substitutivo que havíamos oferecido à apreciação deste órgão técnico.

Realmente, como bem lembrou o Deputado Paulo Marinho em sua justificação, o alcoolismo é um problema social tão grave quanto o tabagismo. Assim, faz sentido que a propaganda de bebidas alcoólicas sofra restrições no mesmo nível daquelas adotadas para a publicidade de produtos fumígenos. Entretanto, conforme já ponderamos anteriormente, entendemos não ser necessário vedar por completo esse tipo de propaganda nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, sendo suficiente limitá-la a um horário em que, normalmente, crianças e adolescentes não estejam assistindo a programação.

Discordamos, no entanto, da proibição de uso de uniformes esportivos para a propaganda de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas, visto que, normalmente, nesses casos, o que aparece nos uniformes é apenas o nome ou a logomarca do produto, sem que haja uma indução direta ao consumo. Parece-nos desaconselhável, também, a supressão do dispositivo onde se define bebida alcoólica, que consideramos relevante para a boa aplicação da lei.

Quanto à emenda apresentada, julgamos indiscutível seu mérito. As instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, nela mencionadas, equiparam-se, para os fins desejados, às escolas de 1º e 2º graus, em cuja proximidade se pretende proibir a colocação de painéis, cartazes e *outdoors* de propaganda dos produtos fumígenos.

Feitas as considerações, somos pela rejeição quanto ao mérito dos Projetos de Lei nº 3.380, de 1997; nº 4.258, de 1998, e nº 4.333, de 1998, e pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, do Projeto de Lei nº 1.346, de 1999, e da Emenda nº 01/99, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 4.680, de 1998

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 (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas, proibindo a venda dos produtos fumígenos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A. É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B. É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C. Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D. Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes *de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."*

"Art. 2º-E. Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F. É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros

importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G. São co-responsáveis pela observância do dispostos nos arts. 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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 esportes, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

"V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

"VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, por meio das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

"I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

"II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

"III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

"IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

"V - evite fumar na presença de crianças;

"VI - fumar provoca diversos males à sua saúde;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não associar a bebida alcoólica à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade ou à condução de veículos automotores;

II - não induzir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - não sugerir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - não associar o consumo de bebida alcoólica a idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas;

V - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os efeitos decorrentes do consumo de álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses:

"I - não dirija após ingerir bebida alcoólica;

"II - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas;

"III - o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

"IV - o consumo de álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê.

"§ 3º Os vasilhames e embalagens que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor, exceto se destinados à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 5º O § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

"§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas estão liberadas das exigências do § 2º do art. 3º e do § 2º do art. 4º." (NR)

Art. 6º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo.

além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 7º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Aberto prazo para emendas nos termos *regimentais*, o Substitutivo que oferecemos ao projeto de lei em epígrafe recebeu uma única proposta de alteração, por parte do ilustre Deputado Eunício Oliveira. A emenda apresentada por ele pretende determinar a proibição de colocação de painéis, cartazes e *outdoors* nas proximidades de instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, a exemplo do que se prevê para as escolas de 1º e 2º graus.

Outrossim, ainda durante o período de discussão da matéria neste órgão técnico, a proposição em exame recebeu a apensação do Projeto de Lei nº 1.346/99, de autoria do ilustre Deputado Paulo Marinho, que somente admite a propaganda de produtos fumígenos nos meios de comunicação impressos, desde que não sejam publicações dirigidas ao público infanto-juvenil, e em painéis, cartazes e *outdoors*. Procedimentos e restrições semelhantes deverão ser aplicados à propaganda de bebidas alcoólicas.

O texto ainda amplia o número de frases de advertência que deverão constar das embalagens e da publicidade de bebidas alcoólicas, veda totalmente a utilização de uniformes de competição para propaganda dos produtos fumígenos e bebidas alcoólicas, bem como suprime o dispositivo que

define bebida alcoólica como sendo aquelas com teor de álcool superior a treze graus Gay Lussac

Justifica o nobre Autor sua iniciativa com o argumento da necessidade de tornar a legislação vigente ainda mais restritiva, para inibir com maior rigor o consumo de álcool e de produtos fumígenos.

Consideramos que tanto a emenda como a proposição apensada podem aperfeiçoar significativamente o Substitutivo que havíamos oferecido à apreciação deste órgão técnico.

Realmente, como bem lembrou o Deputado Paulo Marinho em sua justificação, o alcoolismo é um problema social tão grave quanto o tabagismo. Assim, faz sentido que a propaganda de bebidas alcoólicas sofra restrições no mesmo nível daquelas adotadas para a publicidade de produtos fumígenos. Entretanto, conforme já ponderamos anteriormente, entendemos não ser necessário vedar por completo esse tipo de propaganda nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, sendo suficiente limitá-la a um horário em que, normalmente, crianças e adolescentes não estejam assistindo a programação.

Discordamos, no entanto, da proibição de uso de uniformes esportivos para a propaganda de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas, visto que, normalmente, nesses casos, o que aparece nos uniformes é apenas o nome ou a logomarca do produto, sem que haja uma indução direta ao consumo. Parece-nos desaconselhável, também, a supressão do dispositivo onde se define bebida alcoólica, que consideramos relevante para a boa aplicação da lei

Quanto à emenda apresentada, julgamos indiscutível seu mérito. As instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, nela mencionadas, equiparam-se, para os fins desejados, às escolas de 1º e 2º graus, em cuja proximidade se pretende proibir a colocação de painéis, cartazes e *outdoors* de propaganda dos produtos fumígenos.

Feitas as considerações, somos pela rejeição quanto ao mérito dos Projetos de Lei nº 3.380, de 1997; nº 4.258, de 1998, e nº 4.333, de 1998, e pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, do Projeto de Lei nº 1.346, de 1999, e da Emenda nº 01/99, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 4.680, de 1998

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 (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas, proibindo a venda dos produtos fumígenos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A. É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B. É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C. Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D. Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."

"Art. 2º-E. Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados, de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F. É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros

importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G. São co-responsáveis pela observância do dispostos nos arts. 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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 esportes, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

"V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

"VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, por meio das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

"I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

"II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

"III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

"IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

"V - evite fumar na presença de crianças;

"VI - fumar provoca diversos males à sua saúde;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não associar a bebida alcoólica à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade ou à condução de veículos automotores;

II - não induzir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - não sugerir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - não associar o consumo de bebida alcoólica a idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas;

V - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os efeitos decorrentes do consumo de álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses:

"I - não dirija após ingerir bebida alcoólica;

"II - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas;

"III - o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

"IV - o consumo de álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê

"§ 3º Os vasilhames e embalagens que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor, exceto se destinados à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 5º O § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

"§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas estão liberadas das exigências do § 2º do art. 3º e do § 2º do art. 4º." (NR)

Art. 6º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo.

além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 7º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, por unanimidade os Projetos de Lei nºs 4.680/98 e 1.346/99, apensados, com substitutivo, e a emenda 1-S/99 apresentada ao substitutivo, e rejeitou este e os Projetos de Lei nºs 4.258/98 e 4.333/98, apensados, nos termos do parecer da relatora, Deputada Alcione Athayde.

Estiveram presentes os Senhores Deputados, Luciano Pizzatto, Presidente em Exercício, Celso Russomanno, Vice-Presidentes, Expedito Júnior, Ronaldo Vasconcellos, Eunício Oliveira, Fernando Gabeira, Jorge Tadeu Mudalen, Badú Picanço, Murilo Domingos, Ricarte de Freitas, Ben-Hur Ferreira, João Magno, Márcio Bittar, Ricardo Izar, Régis Cavalcante, Fernando Zuppo, Laura Carneiro, Moacir Micheletto, Maria Abadia, Duílio Pisaneschi e Fernando Coruja.

Sala da Comissão, em 10 de novembro de 1999.

Deputado **LUCIANO PIZZATTO**
Vice-Presidente no exercício da Presidência

PROJETO DE LEI Nº 4.680/98
(DO SR. JOSÉ PINOTTI)

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO

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 (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas, proibindo a venda dos produtos fumígenos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A. É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B. É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C. Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D. Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."

"Art. 2º-E. Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados, de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F. É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros

aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G. São co-responsáveis pela observância do dispostos nos arts. 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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 esportes, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

"V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

"VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, por meio das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

"I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

"II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

"III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

"IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

"V - evite fumar na presença de crianças;

"VI - fumar provoca diversos males à sua saúde;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não associar a bebida alcoólica à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade ou à condução de veículos automotores;

II - não induzir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - não sugerir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - não associar o consumo de bebida alcoólica a idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas;

V - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os efeitos decorrentes do consumo de álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses:

"I - não dirija após ingerir bebida alcoólica;

"II - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas;

"III - o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

"IV - o consumo de álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê.

"§ 3º Os vasilhames e embalagens que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor, exceto se destinados à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 5º O § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

"§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas estão liberadas das exigências do § 2º do art. 3º e do § 2º do art. 4º." (NR)

Art. 6º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo,

além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 7º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 10 de novembro de 1999.

Deputado **LUCIANO PIZZATTO**
Vice-Presidente no Exercício da Presidência

PROJETO DE LEI Nº 3.497, DE 1997
(DO SR. SILAS BRASILEIRO)

Proíbe a venda de bebida alcoólica nos estádios desportivos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a venda de bebida alcoólica dentro de estádios ou ginásios desportivos e a 300 (trezentos) metros de onde estiverem instalados.

Pena - detenção, de três a seis meses e multa.

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

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O aumento da violência nos estádios desportivos, principalmente os de futebol, é uma das grandes preocupações da sociedade moderna.

Muitas pessoas têm se afastado desses espetáculos temendo os conflitos que, não raro, têm terminado em ferimentos graves, e até em mortes.

Fica, assim, uma grande parcela da população privada de um lazer dos mais legítimos.

Para toda essa violência não temos dúvidas que muito contribui o consumo desenfreado de bebidas alcoólicas atualmente vendidas livremente dentro e fora dos campos desportivos.

A única maneira de impedir o consumo excessivo de bebidas alcoólicas, cremos, é proibindo sua comercialização dentro dos estádios e em suas imediações.

Assim, estamos propondo o presente Projeto de Lei com esse intuito e contamos com o apoio de nossos ilustres Pares no sentido de sua aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de 08 de 1997.

Deputado SILAS BRASILEIRO

PROJETO DE LEI N.º 3.626, DE 1997

(Do Sr. Ricardo Izar)

Altera o § 1º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com o fim de proibir o uso de produtos fumígenos em todas as dependências dos estabelecimentos de ensino do País.

(APENSE-SE AO PL 4.846/94)

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 2º .....

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

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

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei Antifumo, que tomamos a iniciativa de alterar com a presente proposição, já proíbe o uso de produtos fumígenos nas salas de aula, bem como em outros recintos coletivos de trabalho e de lazer. Entretanto, somos todos sabedores do consumo de produtos derivados de tabaco em todos os recintos dos estabelecimentos de ensino de todos os níveis e modalidades. Fuma-se nos banheiros, fora das salas de aula e em todos os lugares onde os fumantes desejem fumar.

Os professores e funcionários, freqüentemente, usam de sua autoridade para fumar em qualquer lugar, muitas vezes desrespeitando o direito dos não-fumantes de respirar ar puro dentro e fora das salas de aula.

Faz-se, assim, necessário defender os chamados fumantes passivos impedindo o uso do fumo em todas as dependências dos estabelecimentos de ensino.

Os males causados pelo fumo estão enumerados na própria Lei Antifumo que exige que a propaganda de produtos fumígenos contenha sempre, simultânea ou rotativamente, as seguintes frases: "O Ministério da Saúde Adverte: I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral; II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar; III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê; IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago; V - evite fumar na presença de crianças; VI - fumar provoca diversos males à sua saúde". (art. 3º, § 1º)

Visando a defender a saúde de nossa população, conclamamos os ilustres Pares a apoiarem nossa iniciativa aprovando o projeto de lei que ora apresentamos a esta Casa.

Sala das Sessões, em 16 de 09 de 1997.

Deputado Ricardo Izar

LEGISLAÇÃO CITADA E ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS

LEI 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.

.....

Art. 2º - É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 saúdc, 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2° - A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° - As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no Art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.852, DE 1997

(Do Sr. Edinho Bez)

Proíbe o uso de fumo e bebidas alcoólicas, por professores, alunos, servidores e visitantes nas escolas públicas e privadas de 1º e 2º grau.

(APENSE-SE AO PL. 3626/97)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1º. É vedado o uso de cigarros, charutos, e bebida alcóolica nas dependências de estabelecimentos públicos e particulares de ensino de 1º e 2º graus.

Parágrafo único. O disposto neste artigo aplica-se a professores, diretores, alunos e visitantes.

Art. 2º. O não cumprimento do disposto no artigo 1º, sujeitam os infratores as penas de advertência e na reicindência a demissão ou expulsão da escola e no caso de visitantes a proibição de acesso ao estabelecimento de ensino.

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º. Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

A falta de um dispositivo legal, especifico, para o controle do uso de drogas nas escola tem se tornado um entrave ao combate e a erradicação deste mal que atinge milhões de jovens e adolescentes em nosso País que, embora iniciando sua dependência química com drogas permissivas como o cigarro e a bebida alcóolica, acabam, mais tarde, por adentrarem ao uso de drogas mais pesadas e que trazem conseqüências dramáticas aos usuários, a família e a sociedade em geral.

Entendendo que o exemplo deve partir de cima, no caso, aqui, os professor e diretores, e com o intuito de reduzir os riscos e prevenir os estudantes das escolas de 1° e 2°graus da dependência que o uso sistemático de drogas permitidas, como o cigarro e a bebida alcóolica trazem, decidimos pela apresentação do presente Projeto de Lei, inspirando nossa proposta no Projeto Lei de autoria do Vereador Ademar Koerich, do Município catarinense de São José, já aprovado pela Câmara Municipal e que já traz idêntica proibição para as escolas do município.

Cabe salientar que o o uso do fumo e outras drogas por professores, diretores e visitantes, incentivam as crianças a agirem da mesma forma, levando-as ao exemplo de achar que fumar é bonito, é elegantes e outras interpretações, pelo fato de observarem que seus professores ou superiores também fumam.

Assim, com o objetivo depara o qual reclamamos o apoio de nossos nobres pares para sua urgente aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de, 11 de 1997.

Deputado EDINHO BEZ

PROJETO DE LEI Nº 1.175, DE 1999
(DO SR. PASTOR JORGE)

Estabelece normas quanto ao uso do cigarro em locais públicos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.626, DE 1997)

O congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Fica proibido o fumo em locais públicos, tais como:

I – repartições públicas;

II - bancos públicos e privados exceto se os mesmos possuírem área restrita para fumantes ;

III – hospitais públicos e privados;

IV – restaurantes, lanchonetes e similares exceto se os mesmos possuírem áreas destinadas a tal público , isoladas, por barreiras físicas que impossibilitem a propagação da fumaça;

V – em escolas de 1º e 2º graus, públicas e privadas, tanto para professores, funcionários e alunos, em toda sua área interna;

Art. 2º - A pessoa ou estabelecimento que desrespeitar qualquer dos artigos supracitados, caberá multa, com valor a ser estipulado na aprovação desta Lei.

Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Este projeto tem por finalidade diminuir o incomodo causado pelos fumantes em áreas públicas e aglomerações em geral. Como é do conhecimento de todos, as áreas restritas a fumantes em locais públicos são de pouco ou nenhuma eficácia uma vez que a fumaça, quase não respeita as barreiras impostas.

Vem também tentar de certa forma coibir o ingresso dos jovens no vicio do fumo uma vez que estes se espelham no mundo ao seu redor para assim construírem seus conceitos, hábitos, enfim sua personalidade. Bem sabemos dá facilidade de um jovem ou até uma criança terem acesso ao cigarro, uma vez que o mesmo esta sempre ao seu redor seja em casa, na escola ou demais locais por ele freqüentados.

Enfim buscar limitar o consumo desta droga tão difundida em nosso meio que é o cigarro.

Sala das Sessões, em 15 de JUNHO de 1.999

Deputado Pastor Jorge

PROJETO DE LEI N.º 1.168, DE 2003

(Do Sr. Lincoln Portela)

Proíbe o uso de cigarros, charutos, cachimbos e demais produtos fumígenos em restaurantes e similares.

(APENSE-SE ESTE AO PL-1175/1999.)

Art. 1º - Fica expressamante proíbido, sem nenhuma exceção, o uso de cigarros, charutos, cachimbos e demais produtos derivados do tabaco, em restaurantes e casas de chá.

Art. 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua promulgação.

JUSTIFICAÇÃO

Estudos realizados dentro e fora do Brasil comprovam que o fumo deteriora lentamente a vida do ser humano. Pesquisas mostram que no Brasil, somente em 2003, morrerão de câncer de pulmão cerca de 16.230 pessoas.

Estimativas da OMS dão conta de que o fumo matará 10 milhões de seres humanos por ano até 2020.

Os efeitos do fumo no nosso organismo são arrasadores e assustadores. Um em cada dois fumantes morrerá vítima de males ligados ao tabaco.

Senhores pares, trata-se de uma medida significativa com conseqüências positivas para toda a comunidade, afinal restaurantes e casas de chá devem ser casas de saúde e não de futuros doentes. A rigor estamos ali para alimentar o nosso organismo com saúde. Em razão do exposto, esperamos contar com o apoio das senhoras e senhores parlamentares desta Casa.

Sala das Sessões, de de 2003

03/06/03

Deputado LINCOLN PORTELA

PROJETO DE LEI Nº 3.869, DE 1997
(DO SR. CORAUCI SOBRINHO)

Dispõe sobre a obrigatoriedade da expressão que especifica nos rótulos dos frascos e embalagens de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Artigo 1° - É obrigatório constar a expressão **"O CONSUMO DE BEBIDA ALCOÓLICA PREJUDICA A SAÚDE"** nos rótulos dos frascos e das demais embalagens de bebidas alcoólicas.

Artigo 2° - A veiculação de toda e qualquer propaganda de bebidas alcoólicas, pelos diversos meios de comunicação, deverá também conter a expressão **"O CONSUMO DE BEBIDA ALCOÓLICA PREJUDICA A SAÚDE".**

Artigo 3° - Esta lei será regulamentada por decreto do Poder Executivo no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data de sua publicação.

Artigo 4° - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O alcoolismo, em razão de ser um vício institucionalizado em praticamente todo o mundo, é aquele que cria a mais cruel dependência. A venda de bebidas alcoólicas as mais diversas em bares, restaurantes, lanchonetes e estabelecimentos congêneres, é livre e plenamente aceita pela sociedade, exceção à venda aos menores de 18 (dezoito) anos, proibição essa que, na prática, nem sempre é obedecida.

Vale também lembrar que o trânsito no Brasil é um dos mais violentos do mundo e que mais da metade dos acidentes de trânsito decorre do consumo de álcool. Ressalte-se ainda que as Delegacias da Mulher em todo o país já constataram que 87% das agressões sofridas por mulheres estão ligadas ao uso excessivo de álcool.

Outra preocupante informação constata que nossos jovens estão começando a consumir bebidas alcoólicas entre os 12 e 13 anos de idade e que o consumo de drogas entre jovens que bebem em excesso já passou a ser regra e não exceção.

Cabe ao Poder Público a adoção de medidas que, alertando os consumidores de bebidas alcoólicas dos riscos inerentes aquele vício, possam redundar em maior esclarecimento da sociedade e na redução do consumo daquelas bebidas.

Estes os motivos que me levam a formular o presente projeto de lei, que submeto à apreciação de meus pares, na expectativa de sua rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em 18/NOV/93

Deputado CORAUCI SOBRINHO

PROJETO DE LEI Nº 3.993, DE 1997
(DO SR. ENIO BACCI)

Proíbe a publicidade de bebidas alcóolicas em qualquer órgão de imprensa e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º - É proibido toda a publicidade de bebidas alcóolicas em qualquer órgão de imprensa.

Art. 2º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Este projeto visa proibir o incentivo ao consumo de bebidas alcóolicas e evitar males como por exemplo, a grave e por vezes fatal doença do alcoolismo , sem contar nos altos custos que a Saúde Pública precisa destinar a estas doenças, que evitadas, poderiam ser direcionados a outras necessidades primordiais dos hospitais

Sala das sessões, / /97.

10/12/97

Deputado ENIO BACCI
PDT/RS

PROJETO DE LEI Nº 4.062, DE 1998
(DO SR. JORGE WILSON)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas e produtos derivados do tabaco em eventos desportivos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 6º da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 6º Fica proibida a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas, produtos derivados do tabaco e demais produtos fumígeros, em estádios e demais locais destinados à prática de desportos, em veículos de competição e em trajes desportivos de qualquer natureza.

Parágrafo único. A disposição aplica-se igualmente ao *slogan*, logotipo, logomarca ou padrão gráfico que identifique os produtos de que trata este artigo."

Art. 2º O Poder Executivo regulamentará as disposições desta lei no prazo de sessenta dias, contados da sua publicação.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário, em especial o § 1° do art. 5° da Lei n° 9.294 , de 15 de julho de 1996.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas e de produtos derivados do tabaco tem sido objeto de estreita vigilância por parte desta Casa. Tais produtos, de fato, além de danosos à saúde, são capazes de criar dependência no consumidor que, ciente dos prejuízos do cigarro e do álcool, é incapaz de abandonar o seu consumo, a não ser à custa de enorme sacrifício pessoal.

Os danos à saúde provocados pelo tabagismo foram, durante muitos anos, ocultados da opinião pública. O reconhecimento de que o consumo do cigarro contribui para o surgimento de enfermidades graves e de tratamento oneroso, tais como o enfisema pulmonar, a úlcera de estômago e vários tipos de câncer, só foi admitido pela indústria do tabaco após longa campanha do governo norte-americano. Recentemente, uma histórica tentativa de acordo entre as indústrias e o governo dos EUA, através do qual os fabricantes de cigarro pagariam elevadas multas para cobrir os gastos do sistema de saúde com doenças derivadas do tabagismo, colocou em evidência os enormes prejuízos do sistema de saúde em virtude do tabagismo.

No Brasil, a situação é similar. Estima-se que as perdas devidas ao tratamento, pelo sistema público de saúde, de doenças associadas ao consumo do cigarro e do álcool, chegue, em nosso País, à casa dos bilhões de dólares ao ano. Isto sem levar em consideração os prejuízos decorrentes da perda de produtividade do enfermo, das licenças de trabalho, do absenteísmo e dos problemas sociais e familiares associados ao consumo desses produtos.

A Câmara dos Deputados, sensível ao trágico problema, propôs e aprovou a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e

defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal". Entre outras disposições, essa norma impôs algumas limitações à publicidade dos produtos derivados do álcool e do tabaco. As disposições, porém, além de brandas, têm sido contornadas, graças à criatividade das nossas agências de publicidade.

Tal situação é grave, dado que a publicidade é o principal mecanismo à disposição das indústrias do tabaco e do álcool para atrair o jovem e, assim, perpetuar e alargar o mercado consumidor de cigarros e de bebidas. A associação desses produtos à saúde e ao desempenho atlético é uma das formas mais cruéis de publicidade, por ser enganosa, em face das inúmeras evidências de relação entre os hábitos do tabagismo e do alcoolismo e o desenvolvimento de doenças dos aparelhos respiratório e gástrico.

Por tal razão, apresentamos esta proposição, que visa aperfeiçoar a Lei vigente, proibindo a propaganda de bebidas alcoólicas e produtos derivados do tabaco em manifestações desportivas de qualquer natureza, disposição já adotada em diversos países, inclusive na Grã-Bretanha, onde o automobilismo é desporto tradicional.

Entendemos que esta iniciativa acompanha a tendência mundial de controle do consumo de produtos danosos à saúde e, cientes da sua relevância, pedimos aos nobres Pares o necessário apoio para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 3 de 04 de 1998

Deputado JORGE WILSON

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.

§ 1° - 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 4° - 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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.

Art. 6º - É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.111, DE 1998
(DA SRA. MARIA VALADÃO)

Limita a veiculação de publicidade de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora é permitida somente entre as vinte e duas e as seis horas.

Art. 2º É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

Art. 3º A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita ou falada, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva:

I - não dirija após ingerir bebidas alcoólicas;

II - o consumo excessivo de álcool é danoso à saúde;

III - o consumo do álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

Art. 4° Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do artigo anterior.

Art. 5° A propaganda de que trata esta lei não poderá associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

Art. 6° O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 7° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 8° Revogam-se o art. 4° da Lei n° 9.249, 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", e as demais disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo do álcool vem crescendo junto aos jovens, em parte graças à agressiva publicidade na televisão. Trata-se de publicidade que explora, inclusive, recursos já vedados pela Lei n° 9.249, de 1996, tais como o apelo ao maior êxito ou à sexualidade das pessoas. Conseqüentemente, para coibir o abuso da propaganda e evitar problemas de interpretação da norma jurídica, entendemos que resta apenas a alternativa de proibir, por completo, a publicidade do álcool na televisão.

Além dos potenciais danos à saúde, que redundam em maior incidência de diversas enfermidades, tais como a diabete, a cirrose hepática e algumas formas de úlcera, o consumo do álcool agrava problemas sociais já endêmicos em nosso País, tais como o elevado índice de mortes no trânsito e de violência contra a mulher e a família. Trata-se, portanto, de vício socialmente pernicioso, a ser tenazmente combatido.

Apresentamos, pois, esta proposição que limita a propaganda de bebidas alcoólicas de forma mais rigorosa do que o fez a Lei nº 9.249, de 1996. Proíbe, além disso, a publicidade de bebidas alcoólicas na televisão.

Dada a gravidade dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo, pedimos aos Nobres Pares o necessário apoio a esta proposta, que reputamos de grande relevância para a sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em 28 de JAN de 199 8

Deputada MARIA VALADÃO

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.

.....

§ 4° - 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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"

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.160, DE 1998
(DO SR. ALDIR CABRAL)

Obriga que, na publicidade de bebidas alcoólicas, se faça menção ao crime previsto no art. 306 do Código de Trânsito Brasileiro e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1° - Os rótulos e as embalagens utilizados na identificação ou no acondicionamento de bebidas, nacionais ou importadas, com qualquer teor alcoólico, devem portar, de modo legível e bem exposto indicativos do crime que se comete com a não observância do artigo 306 da Lei n° 9.503, de 23 de setembro de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro.

Art. 2° - Os termos do artigo 306 da Lei n° 9.503, de 23 de setembro de 1997 - Código de Trânsito Brasileiro, devem ser impressos e afixados de modo a serem vistos e lidos por todos, nos balcões e nos acessos de todo e qualquer estabelecimento, comercial ou não, onde se ofereçam, ao consumo, bebidas alcoólicas ou outras drogas que contenham substâncias de efeitos análogos.

§ 1° - A publicidade a que se refere o "caput" deste artigo é obrigatória e de responsabilidade do estabelecimento, comercial ou não, na pessoa de seu proprietário, responsável ou preposto.

§ 2° - A não observância no disposto neste artigo implica na interdição total e imediata do estabelecimento por parte de qualquer autoridade federal, estadual ou municipal, do Sistema Nacional de Trânsito.

§ 3° - O ministério ou órgão a que couber a coordenação máxima do Sistema Nacional de Trânsito determinará, no prazo

máximo de noventa dias contados a partir da publicação desta lei, por portaria, as dimensões mínimas dos cartazes a que se refere o "caput" deste artigo, indicando os padrões igualmente mínimos dos caracteres que possam ser utilizados na composição do texto publicitário.

Art. 3° - Na propaganda de bebidas alcoólicas, em qualquer veículo e na mídia em geral, será sempre obrigatória a menção, impressa ou verbal, ao artigo 306 da Lei n° 9.503, de 23 de setembro de 1997, esclarecendo-se, expressa e claramente, ao usuário e consumidor, que é crime conduzir veículo automotor, *na via pública, sob a influência de álcool ou substância de efeito* análogo.

Parágrafo Único - Não será tolerada ou admitida a propaganda de bebidas alcoólicas sem a observância no disposto no "caput" deste artigo e na sua infringência serão punidos os responsáveis com as mesmas penas previstas para os infratores do artigo 306 da Lei n° 9.503, de 23 de setembro de 1997.

Art. 4° - Os fabricantes nacionais e os importadores de bebidas estrangeiras terão um prazo máximo de 180 dias para atenderem as exigências desta Lei nos rótulos dos vasilhames e nas embalagens de bebidas de qualquer teor alcóolico.

Art. 5° - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 6° - Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, em de de 1988.

ALDIR CABRAL
Deputado Federal
PFL/RJ

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei se justifica ante a necessidade urgente de se acercar o novo Código de Trânsito Brasileiro de legislação subsidiária que lhe dê contornos de aplicabilidade inquestionável.

Assim, instrumentos legais e institutos próprios devem ser concebidos visando limitar os efeitos da propaganda de bebidas alcoólicas, sabendo-se que o novo Código de Trânsito Brasileiro erigiu à condição de crime o ato de conduzir veículo automotor, na via pública, sob a influência de álcool ou substância de efeitos análogos, expondo a dano potencial e incolumidade de outrem.

Pretende a lei proposta que na publicidade, a partir dos rótulos e das embalagens, se afixem mensagens elucidadoras do crime que se comete à luz do artigo 306 do Código de Trânsito Brasileiro. Infere-se que, desta providência, os condutores de veículos automotores estarão constantemente informados para que não pratiquem o crime previsto no mencionado artigo 306 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997.

O projeto obriga a que nos estabelecimentos, comerciais ou não, se afixem informes sobre o crime decorrente da direção sob efeito de álcool e determina que na publicidade de bebidas alcoólicas as mesmas advertências se façam, não se tolerando a omissão da informação, elevando-se esta mesma omissão à qualidade de crime, apenado com as mesmas penas do artigo 306 do Código de Trânsito Brasileiro.

É de se esperar o melhor acolhimento a presente proposição, posto que, oportuna como é, atende aos requisitos de constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa, interferindo diretamente nas melhores intenções de quantos, nesta Casa, formularam o novo Código de Trânsito Brasileiro.

É a justificação.

Sala das Sessões, em 11 de Fevereiro de 1998.

ALDIR CABRAL
Deputado Federal
PFL/RJ

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

LEI Nº 9.503, DE 23 DE SETEMBRO DE 1997

INSTITUI O CÓDIGO DE TRÂNSITO BRASILEIRO.

.....

CAPÍTULO XIX
DOS CRIMES DE TRÂNSITO

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 306 - Conduzir veículo automotor, na via pública, sob a influência de álcool ou substância de efeitos análogos, expondo a dano potencial a incolumidade de outrem:

Penas - detenção, de seis meses a três anos, multa e suspensão ou proibição de se obter a permissão ou a habilitação para dirigir veículo automotor.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.204, DE 1998
(DO SR. DILSO SPERAFICO)

Proíbe a publicidade de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

Art. 2º A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, nos demais veículos e em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita ou falada, através de frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva.

Parágrafo único. O teor das frases, a ser elaboradas pelo Poder Executivo na regulamentação desta lei, deverá destacar os riscos à saúde decorrentes do alcoolismos e a incompatibilidade entre a ingestão de bebidas alcoólicas e a condução de veículos motorizados.

Art. 3º Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do artigo anterior.

Art. 4º A infração às disposições desta lei sujeitará o produtor e o distribuidor de bebidas alcoólicas à pena de multa, no valor de duzentos a dois mil reais, cobrada em dobro em caso de reincidência.

Art. 5° O Poder Executivo regulamentará esta lei em noventa dias, contados da data de sua publicação.

Art. 6° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 7° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas é estimulado pela propaganda nos veículos de comunicação de massa, especialmente a televisão. Em que pese a promulgação da Lei n° 9.249, de 1996, e as restrições impostas pelo Código da Criança e do Adolescente, o ano de 1997 será lembrado pelo recorde no consumo de bebidas alcoólicas no País, especialmente entre os jovens.

O consumo do álcool está relacionado a grande número de acidentes automobilísticos e de crimes, inclusive hediondos. Para limitar esse imenso abuso no consumo do produto, vemos como única alternativa a proibição da sua publicidade na televisão.

Com tal objetivo em mente, oferecemos a nossos Pares esta proposição, que proíbe a publicidade de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão. Esperamos contar com o apoio de todos para assegurar a sua aprovação, dada a relevância dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo.

Sala das Sessões, em de de 199 .

04/03/98

Deputado DILSO SPERAFICO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

LEI Nº 9.249, DE 26 DE DEZEMBRO DE 1995

ALTERA A LEGISLAÇÃO DO IMPOSTO DE RENDA DAS PESSOAS JURÍDICAS, BEM COMO DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO LÍQUIDO, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Art. 1º - As bases de cálculo e o valor dos tributos e contribuições federais serão expressos em Reais.

Art. 2º - O imposto de renda das pessoas jurídicas e a contribuição social sobre o lucro líquido serão determinados segundo as normas da legislação vigente, com as alterações desta Lei.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

TÍTULO I
Das Disposições Preliminares

Art. 1º - Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.

Art. 2º - Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até 12 (doze) anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos de idade.

Parágrafo único. Nos casos expressos em lei, aplica-se excepcionalmente este Estatuto às pessoas entre 18 (dezoito) e 21 (vinte e um) anos de idade.

Art. 3º - A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.215, DE 1998

(Da Sra. Lidia Quinan)

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 artigo 220 da Constituição Federal.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido de um § 3º com a seguinte redação:

"Art. 4º .....

.....

§ 3º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo variar a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - o consumo de bebida alcoólica compromete a coordenação motora e os reflexos;

II - o consumo de bebida alcoólica leva à dependência física e psíquica;

III - o consumo de bebida alcoólica pode causar a insuficiência hepática e cirrose;

IV - o consumo de bebida alcoólica pode causar nervosismo, insônia e impotência sexual;

V - o consumo de bebidas alcoólicas pode causar gastrite e úlcera gástrica;

VI - ingerir bebida alcoólica durante a gravidez pode prejudicar o desenvolvimento fetal;

VII - consumir bebida alcoólica durante a amamentação pode causar danos cerebrais ou hepáticos ao bebê."

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

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas tem se ampliado cada vez mais em nossa sociedade. Documentos do Ministério da Saúde indicam uma prevalência de 8% a 10% de abuso e dependência do álcool e sugerem que entre 9% e 32% dos leitos de hospitais gerais do país são ocupados por pacientes que apresentam consumo abusivo de bebidas alcoólicas.

Um dos fatores que estimulam o crescente consumo de bebidas com álcool é, sem duvida, a propaganda em todos os meios de comunicação comercial, que seduz as pessoas com suas mensagens e imagens de alegria e bem estar, de bom posicionamento social, de sucesso, e assim por diante.

Não é preciso destacar com maior profundidade os problemas e prejuízos decorrentes do consumo indevido do álcool. Basta lembrar-nos da sua íntima relação com a diminuição da capacidade de trabalho, com acidentes de trânsito e de trabalho, com doenças orgânicas de toda a espécie, com delitos, transtornos familiares e violências em geral.

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, bem como o Decreto nº 2018, de 1º de outubro de 1996, que a regulamenta, não foram eficientes quanto a advertência em propagandas sobre os males causados pelo uso de bebidas alcoólicas, limitando-se a exigir que conste nos rótulos das embalagens a expressão " Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Entendemos que a população em geral, principalmente os jovens, devem ter conhecimento e consciência dos terríveis danos que o álcool pode causar, inclusive da potencial dependência física e psíquica. Danos estes que não se limitam aos próprios consumidores mas estendem-se para a família, para os amigos e para toda a sociedade.

É com o propósito de que os problemas decorrentes do consumo constante e abusivo das bebidas alcoólicas sejam bem divulgados e que as pessoas tomem consciência maior das conseqüências deste hábito, que apresentamos o presente Projeto de Lei, o qual esperamos, com a ajuda imprescindível dos ilustres colegas desta Casa ver aprovado para o bem da sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em de de 199 .

04/03/98

Deputada Lídia Quinan

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

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.

§ 2° - Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

.....

.....

DECRETO N° 2.018, DE 01 DE OUTUBRO DE 1996

REGULAMENTA A LEI N° 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIBAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4° DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO.

CAPÍTULO I
Disposições Preliminares

Art. 1° - O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei n° 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei n° 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.469, DE 1998

(Do Sr. Jorge Wilson)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagens alusivas aos prejuízos da ingestão de bebidas na propaganda comercial.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. É acrescentado ao art. 4º da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, novo parágrafo com a seguinte redação:

§ 3º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas, em todos os veículos de comunicação social, conterá mensagem escrita ou falada com o seguinte conteúdo:

"O Ministério da Saúde adverte: a ingestão de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde"

Art. 2º. O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei no prazo de sessenta dias contados de sua publicação.

Art. 3º. Esta lei entra em vigor sessenta dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Medidas visando o combate ao consumo de derivados de tabaco e de álcool, foram incluídas na Constituição Federal em 1988. No entanto, somente foram implementadas a partir da aprovação por esta Casa da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996. Referida legislação estabeleceu restrições claras à propaganda comercial de derivados do tabaco e de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão, que passaram a veiculá-las apenas após às vinte e uma horas. No caso de fumo, a publicidade em todos os veículos de comunicação passou a incluir mensagens alusivas aos danos causados por esses produtos. No caso de bebidas alcoólicas, apenas as embalagens do produto passaram a conter mensagem, sugerindo aos consumidores que evitem o consumo excessivo de álcool.

O alcoolismo é problema social de grande importância em nosso país, tendo em vista os altos custos envolvidos no tratamento de doenças a ele associadas pelo sistema público de saúde. A perda de produtividade de seus usuários, com alto índice de absenteísmo e de licenças de trabalho, e a desagregação de núcleos familiares são outros fatores que apontam a necessidade de medidas mais restritivas à publicidade de bebidas alcoólicas, em especial àquela veiculada no rádio e televisão.

Assim sendo, pretendemos com a presente proposta obrigar a inserção de mensagem alusiva aos prejuízos causados à saúde pela ingestão destas bebidas, a exemplo da obrigatoriedade prevista na legislação vigente no caso de publicidade de derivados do tabaco.

Considerando a relevância do tema tratado, esperamos contar com o apoio de nossos pares na Câmara dos Deputados para a aprovação da proposição que ora apresentamos.

Sala das Sessões, em 06 de maio de 1998.

Deputado Jorge Wilson

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

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. 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.

§ 1 - As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2 - Nas condições do "caput", as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.528, DE 1998
(DO SR. RAIMUNDO SANTOS)

Obriga a propaganda de bebidas alcoólicas a conter advertência sobre os perigos do alcoolismo e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA

Art. 1º Os anúncios, vídeos de propaganda e embalagens de bebidas alcoólicas conterão obrigatoriamente mensagem clara sobre os perigos do alcoolismo para a saúde e integridade psíquica dos consumidores.

Art. 2º A falta da mensagem de que trata a presente lei importará em multa equivalente a dez por cento das vendas do produto anunciado ou prestação equivalente de serviços sociais para recuperação de pessoas dependentes de quaisquer drogas reconhecidas como formadoras de dependência, inclusive de bebidas alcoólicas.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, em

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto pretende que à bebida alcoólica seja dado o mesmo tratamento comercial de propaganda que já é dado por lei ao cigarro. São ambos drogas que causam dependência, prejuízos extraordinários à saúde física e mental do cidadão e de sua família.

Das mais terríveis e desoladoras é a visão de uma família lidando desesperada com seu chefe ou um de seus filhos quando tenham caído no vício da

bebida. A saúde já deteriorada ele quase sempre passa a ser também dependente econômico, humilhado e desesperado sem poder livrar-se quer da dependência quer da vergonha de privar os que o amam da sua colaboração no sustento da família. Ou perdem o amor próprio e o auto-respeito ou fogem das responsabilidades na quase inconsciência do estado de embriaguez.

O problema muitas vezes pode ser evitado apenas por precaução desde o início da vida adolescente. Entretanto convidados e estimulados pelo charme das propagandas coloridas e movimentadas, com apelo da presença de símbolos de beleza de que se serve o consumo em massa dos vídeos de televisão, é difícil ao jovem não sucumbir ao primeiro gole, à alegria falsa dos seguintes e ao perigo dos demais.

Se o fumo oferece perigo ao pulmão e ao coração, o álcool igualmente oferece risco aos rins, ao fígado e, dependendo da quantidade e circunstância também ao coração e, certamente, ao cérebro. O risco é idêntico, motivo pelo qual pretendemos que sua comercialização tenha idêntico tratamento de prevenção contra os riscos de saúde.

È nossa justificativa.

Sala das Sessões, em 20 de maio de 1998.

Deputado Raimundo Santos

PROJETO DE LEI Nº 4.618, DE 1998
(DO SR. TELMO KIRST)

Torna obrigatória mensagem alusiva aos danos do alcoolismo sobre a saúde nas embalagens, e na divulgação de marcas de bebidas alcóolicas e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art.1° - O anúncios, "vídeos-clips" e outras forma de divulgação destinados a propaganda de bebidas alcoólicas conterão de modo claro e visível advertência relativa aos efeitos adversos que podem provocar sobre a saúde.

Art. 2° - As embalagens de bebidas que contenham álcool devem exibir de modo claro, além do teor alcoólico, indicação dos danos que a dosagem pode causar a saúde ou sobre exames quanto à medição de instrumentos de controle de trânsito.

Art. 3° - Os fabricantes e engarrafadores de bebidas têm 12 meses para adaptar os rótulos de sua embalagem a presente Lei.

Art.4° - No caso de produtos importados é responsabilidade do importador o cumprimento da presente Lei.

Art. 5ª - A infração da presente Lei é punível com multa equivalente ao custo de tratamento de um alcoólatra em clinica especializada pelo prazo de seis meses, reversível ao pagamento direto a clínica do sistema público de tratamento equivalente.

Art. 6° - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, em 17/06/98

JUSTIFICATIVA

A presente proposta justifica-se pela equidade do tratamento que é hoje dado aos anúncios de produtos do tabaco que devem conter mensagem alusiva aos prejuízos que podem trazer à saúde.

A presente proposição não tem, como algumas tramitando nesta Casa o propósito da proibição nem mesmo da inibição, mas da clara informação que torna o consumidor consciente e responsável pelos seus atos, sem infringir seu direito de liberdade e opção.

O distúrbio que possa trazer a saúde os derivados de tabaco não são maiores nem menores que aqueles causados pelo álcool. Ademais não nos parece justo que o Estado tenha que arcar com os gastos relativos ao resultado positivo que os fabricantes de bebidas alcoólicas obtém em forma de lucros originários do desaviso dos consumidores.

Para permitir a adaptação da programação dos fabricantes de bebida à nova forma de prevenção e advertência prevemos um prazo de 12 meses em que os estoques de embalagens e rótulos em uso deverão estar findas para encomendas das novas, já com os dísticos preventivos.

È nossa justificativa.

Sala das Sessões em 17/06/98

PROJETO DE LEI Nº 4.705, DE 1998
(DO SR. ELIAS MURAD)

Modifica 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", estabelecendo novas normas para a publicidade de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, modificando as normas para a publicidade de bebidas alcoólicas e estabelecendo restrições à publicidade de bebidas com teor alcoólico inferior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2° O art. 4° da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 4° A publicidade de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e uma horas e as seis horas.

§ 1° A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita ou falada, através da seguinte frase: "O Ministério da Saúde adverte: o consumo excessivo de álcool é prejudicial à saúde".

§2° Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do parágrafo anterior.

§3° A propaganda de bebidas alcoólicas não poderá utilizar-se de atores, modelos, figurantes ou personagens menores de dezoito anos, ou associar o produto a esportes olímpicos ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos, à sexualidade e a imagens ou idéias de maior êxito profissional, social ou sexual.

§ 4° A propaganda comercial de bebidas com teor alcoólico inferior a treze graus Gay Lussac será permitida em qualquer horário, excetuadas as inserções publicitárias e o merchandising em programas destinados à infância ou nos intervalos comerciais imediatamente antecedentes ou subseqüentes aos mesmos, inclusive nos filmes de classificação livre, respeitadas as demais disposições deste artigo."

Art. 3° Esta lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4° Revoga-se o o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996.

11/08/98

JUSTIFICAÇÃO

Inúmeras evidências estatísticas revelam que, nos últimos anos, tem crescido no País o consumo do álcool e a incidência do alcoolismo, especialmente entre os jovens. Acreditamos que as agressivas campanhas televisivas promovidas pelos produtores de bebidas de baixo teor alcoólico, decorrente da forte competição entre as marcas de maior consumo, estejam alavancando essa preocupante tendência.

As inserções publicitárias utilizam-se de forte apelo ao esporte, ao erotismo, ao sucesso social e à beleza física, em evidente desacordo com o espírito da Lei n° 9.294, de 1996, com a qual tive a honra de contribuir.

Embora tenhamos em mente os hábitos culturais do brasileiro e a importância econômica desse setor industrial, entendemos que o estímulo ao consumo de bebidas alcoólicas de baixo teor abre as portas ao alcoolismo, situação de dependência que lança a pessoa em dolorosa crise pessoal, reduz a sua produtividade no trabalho e prejudica as suas relações familiares.

Estamos convencidos, portanto, de que é preciso manter a propaganda de bebidas alcoólicas dentro dos limites traçados pela Lei n° 9.294/96, inclusive no caso de bebidas de baixo teor alcoólico.

Com tal enfoque, apresentamos esta proposição, que aperfeiçoa as limitações impostas pela Lei n° 9.294/96 e as estende, ainda que parcialmente, às

bebidas de baixo teor alcoólico. Para tal, é proposta a revogação do parágrafo único do art. 1° da lei vigente e a modificação do seu art. 4°.

Lembramos aos ilustres colegas, uma vez mais, os elevados custos sociais do alcoolismo, que agrava diversas doenças, tais como a diabetes, a cirrose hepática e a úlcera, e exacerba a violência no trânsito e na família.

Convencidos da relevância desta iniciativa, solicitamos aos nobres Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 11 de agosto de 1998.

Deputado ELIAS MURAD

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.

.....

§ 4° 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.

.....

.....

LEI Nº 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 § 4° DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Art. 1° - 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 § 4° 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. 4° - Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.796, DE 1998
(DO SR. VICENTE ANDRÉ GOMES)

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 artigo 220 da Constituição Federal.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. O artigo 4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido de um § 3° com a seguinte redação:

"Art. 4°.....
.....

§ 3° A propaganda, em qualquer meio de comunicação, conterá advertência, escrita e/ou falada, sobre os malefícios do álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo variar a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação " O Ministério da Saúde Adverte":

I - O uso de bebida alcóolica prejudica a saúde;

II - O uso de bebida alcóolica leva à dependência psíquica;

III - O uso de bebida alcóolica pode causar a insuficiência hepática e cirrose;

IV - O uso de bebida alcóolica pode levar à epilepsia;

V - O uso de bebida alcóolica pode causar distúrbios gastrointestinais;

VI - Beber durante a gravidez pode causar danos ao desenvolvimento do feto."

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

Art. 3° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294 de 15 de julho de 1996, bem como o Decreto nº 2018, de 1º de outubro de 1996, que a regulamenta, são omissos quanto a advertência em propagandas sobre os males causados pelo uso de bebidas alcoólicas, limitando-se a exigir que conste nos rótulos das embalagens a expressão "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

O uso de bebidas alcoólicas é tão danoso quanto o consumo de cigarros, causa imensos prejuízos não somente àqueles que as ingerem mas também às famílias e à sociedade. Quantos acidentes automobilísticos com vítimas, muitas vezes fatais, ocorrem em função de motoristas alcoolizados? Quantas famílias desestruturadas devido a embriaguez de um dos pais? Quanta violência contra mulheres e crianças é perpetrada por pais alcoolizados?

É desnecessário falar das graves e danosas conseqüências que o álcool provoca na saúde e na sociedade, pois este é um assunto bastante difundido e, com certeza, muitos de nós congressistas, já vivemos problemas com amigos ou familiares vítimas do terrível vício do alcoolismo.

Urge neste momento corrigir o lapso da Lei nº 9.294/96 para divulgar à sociedade os riscos inerentes ao consumo da bebida alcoólica. Não podemos mais ver as propagandas de bebidas anunciarem seus produtos com um estampado de maravilhas e sermos, ao mesmo tempo, coniventes com esta situação.

É com este propósito que apresentamos este Projeto de Lei e conclamamos os nobres Pares desta Casa para sua análise e aprovação.

Sala das Sessões, em 21/10/98

Deputado Vicente André Gomes

"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 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.

.....

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 veículo 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. 5º. As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 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 identificados apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

.....

.....

DECRETO Nº 2.018, DE 01 DE OUTUBRO DE 1996.

REGULAMENTA A LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E Á PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,

DECRETA:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

Art. 2º. Para os efeitos deste Decreto são adotadas as seguintes definições:

I - RECINTO COLETIVO: local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares. São excluídos do conceito os locais abertos ou ao ar livre, ainda que cercados ou de qualquer forma delimitados em seus contornos;

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 251, DE 1999
(DO SR. VALDEMAR COSTA NETO)

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições para a venda de bebidas alcoólicas e dando outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

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 vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º. .....

Parágrafo único – Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico."

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

"Art. 2º. .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput deste artigo e a existência de áreas destinadas exclusivamente a esse fim, nas aeronaves e veículos de transporte coletivo."

Art. 3º O parágrafo 2º do art. 3º da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º. .....

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa."

Artigo 4º É proibida a venda de bebidas alcoólicas, cigarros e outros derivados do tabaco para menores de dezoito anos, por quaisquer estabelecimentos, inclusive supermercados, tabacarias, lojas de conveniências, restaurantes, bares, boates, lanchonetes ou similares.

Artigo 5° Aplicam-se aos infratores desta lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – Multa de R$ 100 ,00a R$ 500,00;

II – Detenção de 1 a 3 anos.

Artigo 6° Esta Lei passará a vigorar na data de sua publicação.

Artigo 7° Revogam-se as disposições em contrário.

Justificativa

O presente projeto de lei visa a incluir as bebidas alcoólicas de maior consumo pela população brasileira – cervejas – entre os produtos alcançados pela Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 e a corrigir outras imperfeições da "Lei Elias Murad".

Os principais motivos para que a Lei 9.294/96 passe a alcançar todas as bebidas, inclusive as com teor alcoólico abaixo de 13°GL, foram trazidos a esta Casa pelo próprio Ministro da Saúde, através do Aviso 573 GM, cuja íntegra passa a fazer parte da justificativa deste projeto de lei e cujos trechos principais são os seguintes:

"O Serviço de atenção ao Alcoolismo e à Drogadição da Coordenação de Saúde Mental (do Ministério da Saúde) define como bebida alcoólica toda e qualquer bebida que em sua formulação contenha o álcool etílico – independentemente de seu grau de concentração."

"Todos os meses, a Coordenação de Saúde Mental (do Ministério da Saúde) recebe uma série de projetos de lei para análise e parecer, os pareceres elaborados pelo Serviço de Atenção ao Alcoolismo e à Drogadição da Coordenação de Saúde Mental, sempre fazem menção aos danos provocados pelo uso indevido de álcool e tem recomendado, insistentemente, a restrição à propaganda de bebidas alcoólicas – inclusive, e principalmente, aquelas com teor alcoólico inferior a 13° GL. Pesquisas realizadas no Brasil têm demonstrado que as bebidas consumidas em larga escala pela população em geral, inclusive crianças e adolescentes, são aquelas com teor alcoólico abaixo dos 13° GL."

Estes dados foram também confirmados pelo IV Levantamento sobre o Uso de Drogas entre Estudantes de 1° e 2° graus em 10 capitais brasileiras – 1997, realizado pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas – CEBRID da ESCOLA PAULISTA DE MEDICINA afirma que "A cerveja é a bebida usada com mais freqüência pelos estudantes (36,5%), seguida pelos vinhos (15,3%) da preferência."

O IV Levantamento conclui ainda que "embora o álcool seja uma droga legalizada e seu consumo seja aceito pela sociedade além de incentivado pela intensa propaganda, há indicação clara de um aumento de seu consumo, bastando lembrar que o uso pesado é certamente o caminho mais curto à dependência. Portanto, no mínimo a legislação sobre a propaganda desses produtos deve ser urgentemente revisada, já que a atual legislação (parágrafo único do artigo 1° da Lei 9.294/96) permite a propaganda de bebidas alcoólicas (cervejas e vinhos) em qualquer horário na televisão, desde que a bebida contenha até 13% de teor alcoólico, portanto, a cerveja e os vinhos escapam da restrição."

A proibição expressa da venda de bebidas alcoólicas e cigarros a menores de dezoito anos justifica-se, pois, hoje, alguns supermercados vendem estes produtos para crianças e adolescentes sob a alegação de que "não servem o produto, apenas vendem", o que torna necessário deixar explícita a proibição de venda destes produtos para menores, por qualquer tipo de estabelecimento comercial.

Outra providência que estamos propondo é a proibição total do fumo em aeronaves e veículos de transporte coletivo, pois a proibição parcial provou-se ineficaz e os malefícios causados "aos fumantes passivos" são similares aos que os próprios fumantes causam a si mesmos.

Sala das Sessões, em 11 de março de 1999.

Deputado Valdemar Costa Neto

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

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 de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

.....

§ 2º É vedado o uso do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

Art. 3º - A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 633, DE 1999
(DO SR. BISPO RODRIGUES)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a publicidade de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas nos estádios e em eventos desportivos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 1º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

.....

§ 1º É vedada a chamada e caracterização de patrocínio dos produtos de que trata este artigo na veiculação de eventos desportivos pelo rádio e televisão, bem como na propaganda estática em estádios, autódromos e demais locais destinados a eventos desportivos.

....."

Art. 2º O artigo 6º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 6° É vedada a utilização de trajes desportivos para veicular propaganda dos produtos de que trata esta lei."

Art. 3° Fica suprimido o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.249, de 15 de julho de 1996.

Art. 4° O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 5° Esta lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, representou importante passo na limitação da publicidade de produtos derivados do tabaco e de bebidas alcoólicas, desacelerando, em algumas regiões e classes sociais, o seu consumo. No entanto, as disposições aprovadas à época são insuficientes para manter o tabagismo e o alcoolismo dentro de limites razoáveis.

É especialmente preocupante a associação de cigarros e bebidas alcoólicas aos eventos desportivos. A agressiva propaganda de cerveja, associada sobretudo ao futebol, o que veio a caracterizar a conhecida "guerra das cervejas", é especialmente escandalosa. A cerveja, de fato, é a porta de entrada do jovem para o consumo de bebidas de maior teor alcoólico, resultando nos elevados índices de alcoolismo observados em nosso País. O mesmo pode ser dito em relação à propaganda de cigarros em eventos automobilísticos.

As conseqüências são bem conhecidas: além de enorme sofrimento pessoal e familiar, esses vícios redundam, muitas vezes, em graves enfermidades, tais como o enfisema pulmonar, a úlcera e diversas formas de câncer, cujo tratamento consome, a cada ano, bilhões de reais do sistema público de saúde. As conseqüências fazem-se também sentir nas empresas, afetadas pelo absenteísmo e por problemas de relacionamento com profissionais dependentes.

Tal situação, que alcança níveis de calamidade pública em nosso País, demanda da nossa parte uma firme atitude, no sentido de aperfeiçoar a lei vigente, proibindo em definitivo esse enganoso recurso publicitário, que relaciona vício e saúde, criando uma aura de legitimidade entorno do consumo do álcool e do tabaco.

Preocupado com tão alarmante situação, proponho aos ilustres colegas este texto, que proíbe a publicidade em eventos desportivos em geral, e peço-lhes o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 14 de 04 de 1999.

Deputado BISPO RODRIGUES

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

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.

Art. 6º - É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 806, DE 1999
(DO SR. JOÃO CALDAS)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", estabelecendo limites adicionais à publicidade de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994).

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O *caput* do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígero poderá ser feita somente em publicações especializadas em tais produtos e no rádio e na televisão, no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas poderá ser feita somente em publicações especializadas em tais produtos e no rádio e na televisão, no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas".

Art. 3º Fica suprimido o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.249, de 15 de julho de 1996.

Art. 4º O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 5º Esta lei entra em vigor em cento e vinte dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo e o alcoolismo configuram-se em graves problemas de nossa sociedade, por criar dependência química e levar ao desenvolvimento de enfermidades graves e de tratamento oneroso. Embora a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, tenha inovado, ao regulamentar a propaganda do tabaco e de bebidas alcoólicas, limitando o crescimento do seu consumo, é preciso prosseguir no combate a tais vícios.

É preocupante a elevada incidência de anúncios de bebidas alcoólicas, em especial a cerveja, porta de entrada para o vício, e de cigarros. O *horário previsto em lei para a* veiculação dessa publicidade, livre para bebidas alcoólicas até 12 graus Gay-Lussac e a partir das 21 horas para os demais produtos, ainda atinge audiência composta, em boa parte, de jovens.

Para contornar essa indesejável situação, propomos este projeto de lei, que limita ainda mais a publicidade do tabaco e do álcool, restringindo-a a publicações especializadas e ao rádio e televisão, no horário das vinte e duas às seis horas. Retiramos da lei vigente, também, dispositivo que assegura aos fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas de baixo teor o privilégio de veicular livremente os anúncios de seus produtos.

Convencidos da relevância da proposição que ora apresentamos, solicitamos aos nobres Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 04 de 05 de 1999.

Deputado JOÃO CALDAS

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 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º. É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2°. A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3°. As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4°. Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5°. Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

Art. 4°. Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1°. 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 veículo e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2°. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5°. As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4°, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificados apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 1°. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2°. Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 931, DE 1999
(DO SR. LUIZ RIBEIRO)

Dispõe sobre mensagem de advertência a ser aposta nas embalagens de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º O rótulo de bebidas fermentadas ou destiladas, de qualquer teor alcoólico, comercializadas em todo o território nacional, devem conter mensagem de advertência sobre os malefícios para a saúde acarretados pela ingestão continuada de álcool.

Parágrafo único. O disposto no caput aplica-se indistintamente às bebidas comercializadas nas lojas francas situadas em portos e aeroportos brasileiros.

Art. 2º A propaganda, em qualquer meio de comunicação, dos produtos de que trata esta lei deve estampar mensagens de advertência com o conteúdo a que alude o art. 1º na forma do regulamento.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Não resta a menor dúvida que a ingestão de bebidas alcoólicas de modo continuado, causam graves conseqüências ao organismo

humano, atingindo a integridade física e psíquica não só do indivíduo, mas também ao corpo social e familiar.

Raras são as famílias brasileiras que não têm pelo menos um caso de alcoolismo com todos os dolorosos desdobramentos que essa doença acarreta.

As estatísticas de atendimentos e de internações psiquiátricas, por outro lado, mostram que 80% dos casos atendidos pelo sistema de saúde naquela especialidade devem-se ao alcoolismo.

Merecem destaque as entidades que de forma competente e desinteressada dedicam-se à recuperação dos que padecem desse terrível vício, como é o caso dos Alcoólicos Anônimos, testemunha viva e pungente desse drama.

Assim, essa Proposição que ora apresentamos à apreciação desta Casa, embora represente apenas uma pequena iniciativa que, de forma alguma, resolve em definitivo o problema do vício do álcool, cremos tratar-se de medida educativa importante, mormente no que se refere a nossa juventude.

Desse modo, esperamos contar com o apoiamento de nossos ilustres Pares no Congresso Nacional com vistas à aprovação desse Projeto com tão grande alcance social.

Sala das Sessões, em 19 de Maio de 1999.

Deputado LUIZ RIBEIRO

PROJETO DE LEI Nº 963, DE 1999
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Altera dispositivo da 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.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 2º .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no *caput*:

I – nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes;

II – em quaisquer dependências dos estabelecimentos de educação infantil, ensino fundamental e ensino médio".

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

JUSTIFICAÇÃO

Existe hoje em dia uma consciência de que a sociedade e o poder público devem empenhar-se fundo no combate ao tabagismo, que tantos e tamanhos males causam à saúde não só dos fumantes, mas também das pessoas que com eles são obrigados a conviver.

É universalmente reconhecido e aceito o potencial de utilização do sistema educacional na orientação dos estudantes, das famílias e da comunidade em relação aos problemas do tabagismo. Fundamental é que os próprios estabelecimentos de ensino dêem o exemplo e que, neles, seja proibido fumar em qualquer dependência escolar que seja.

Ora, a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que foi feita especificamente para disciplinar esta matéria, é excessivamente medrosa quando aborda a questão do fumo nas escolas, na medida em que proíbe fumar nas salas de aula, na biblioteca e nas demais dependências de uso coletivo, porém, indiretamente, admite que as pessoas fumem nas áreas externas e em recintos destinados exclusivamente a esse fim, desde que devidamente isolados e com arejamento conveniente.

Nossa proposta é que o disposto no § 1º , no que concerne às salas de aulas, bibliotecas, etc., valha, quando muito, para estabelecimentos de ensino superior, mas de forma alguma para os estabelecimentos de ensino de outros níveis. Nestes, a proibição deve ser pura, simples e radical. É tal o sentido da nova redação que pretendemos dar à Lei.

Sala das Sessões, em 19 de MAIO de 1999.

Deputado Ronaldo Vasconcellos

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 964, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Modifica a Lei nº 9.294, de 1996, proibindo a oferta e a ingestão de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

"§ 3º São vedadas a oferta e a ingestão de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo, devendo-se advertir os passageiros previamente acerca da proibição."

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

JUSTIFICAÇÃO

A oferta de bebidas alcoólicas em aeronaves e, mais recentemente, em alguns ônibus interestaduais, sempre foi tida como requisito para caracterizar um bom serviço de atendimento de bordo. Vem servindo para conquistar a simpatia de

consumidores mais exigentes e para tranqüilizar usuários mais amedrontados com as circunstâncias das viagens.

Tem-se observado, no entanto, que essa regalia não gera apenas bem-estar no interior dos veículos. Apesar da maioria dos passageiros lidar de forma conveniente com a ingestão do álcool, é cada vez maior o número de experiências desagradáveis, relatadas por funcionários das empresas, envolvendo o consumo de bebidas alcoólicas. Pessoas passam a falar alto, a incomodar os demais passageiros, a destratar os comissários e a desobedecer as regras do transporte. As atitudes inconvenientes de apenas um passageiro passam a transformar a viagem de todos os demais num martírio.

Tal situação, havendo a possibilidade da oferta e do consumo de bebidas alcoólicas no interior dos veículos, é incapaz de ser evitada. Primeiro, porque são muito variados os limites de resistência de cada pessoa em relação à ingestão do álcool; enquanto duas latinhas de cerveja podem transformar o comportamento de alguns, outros não se alterarão nem mesmo com algumas doses de uísque. Segundo, porque é virtualmente impossível para os comissários de bordo detectar os casos de passageiros que estejam prestes a ultrapassar seu "limite de consumo", a partir do qual podem representar ameaça ao conforto e à segurança do transporte.

O mais plausível, diante desse quadro, é simplesmente proibir-se a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo. Trata-se da única medida capaz de atenuar as ocorrências indesejadas de que se falou, embora sempre exista a possibilidade do passageiro embriagar-se antes de ingressar no veículo.

Esperamos que essa decisão seja compreendida pela comunidade dos usuários, mais preocupada, temos certeza, com a qualidade e a segurança do transporte do que com os mimos oferecidos pelas companhias de ônibus e aviação.

Sala das Sessões, em de de 1999.

19/05/99

Deputado Luiz Bittencourt

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.056, DE 1999
(DO SR. BISPO RODRIGUES)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", tornando obrigatória a divulgação, nas embalagens de cigarro e de bebidas alcoólicas, as doenças provocadas por estes produtos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 2º - .....
.....

§ 4º - Nas embalagens deverá conter a relação de todas as doenças provocadas pelo consumo de produtos fumígeros, derivado ou não do tabaco, de forma legível, em uma das laterais dos maços, carteiras e pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

....."

Art. 2º - 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 alcóolicas conterão a relação das doenças causadas pelo consumo excessivo de álcool.

....."

Art. 3º - O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data da sua publicação.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Grande tem sido a preocupação dos profissionais de saúde no Brasil e no mundo com relação às doenças provocadas pelo fumo e consumo excessivo de bebidas alcóolicas diante dos alarmantes índices de mortalidade registrados nos últimos anos.

O ministro da saúde resolveu implantar uma medida drástica com relação aos gastos que o sistema público de saúde vem tendo com pacientes de doenças conseqüentes do fumo; anunciou há alguns meses que o SUS exigirá indenização das indústrias tabagistas.

Vários fumantes inveterados, já consumidos por uma, ou mesmo várias doenças provocadas pelo cigarro, estão impetrando ações contra as indústrias, exigindo também indenização.

No dia 31 de maio, Dia Mundial sem Tabaco, o Jornal Folha de São Paulo iniciou uma série de reportagens alertando sobre as consequências do tabagismo, e afirma que, no futuro, esta será a principal causa mortis e que os riscos estão aumentando para os jovens fumantes.

Hoje, no Brasil, há 33 milhões de fumantes. Destes, 5 milhões são jovens; um em cada quatro jovens que começa a fumar aos 15 anos, podem morrer depois dos 34 anos por causa do cigarro. Ainda, segundo a reportagem, em 2020, 10 milhões de pessoas vão morrer por ano de-

vido ao tabagismo; até 2025, 200 milhões de jovens podem morrer de doenças relacionadas com o tabaco.

Estes são números assustadores projetados pela OMS, Organização Mundial de Saúde, e precisam ser do conhecimento dos principais interessados. Há 25 doenças relacionadas com o cigarro, sendo que ele o responsável pelo câncer de pulmão em 90% dos casos.

Em cada tragada são ingeridas, além da nicotina, 4.700 substâncias tóxicas como o arsênico, monóxido de carbono, elementos radioativos, corantes e agrotóxicos.

No entanto, apesar da Lei nº 9.294, as indústrias tabagistas continuam fazendo propagandas em horários nobres da TV, vendendo a ilusão de que quem fuma é mais bonito, sensual, rico, corajoso, tem estilo, entre outras bobagens. Por estes motivos, apresento a proposição em tela visando impedir o ilusionismo, obrigando as indústrias a escreverem nas embalagens dos cigarros os malefícios provocados pelo consumo do tabaco.

Por fim, estendo a medida também às bebidas alcóolicas, por entender que a realidade de consumo, consequências negativas para a saúde, e para a vida são semelhantes àquelas provocadas pelo fumo.

Pelo exposto, peço o apoiamento dos nobres pares ao projeto de lei que ora apresento.

Sala das Sessões, em de de 1999.

01/06/99

Deputado BISPO RODRIGUES

"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.

.....

§ 4° 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.

.....
.....

LEI Nº 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.

.....

Art. 2º - É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

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".

.....

.....

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

Ofício nº P-622/00 Brasília, 15 de Agosto de 2000.

Defiro. Apense-se o PL nº 1.100/99 ao PL nº 4.846/94.
Oficie-se e, após, publique-se.
Em 07/11/00 PRESIDENTE

Senhor Presidente,

Solicito a Vossa Excelência providenciar a apensação do PL nº 1.100/99, do Deputado Ursicino Queiroz, que "acrecenta dispositivo ao art. 63 da Lei das Contravenções Penais", ao PL nº 4.846/94, por tratarem de matéria análoga, conforme requerimento anexo do Deputado Roland Lavigne, relator de uma das proposições nesta Comissão.

Certo de contar com a atenção de Vossa Excelência, antecipadamente agradeço renovando protestos de estima e consideração.

Deputado **RONALDO CEZAR COELHO**
Presidente

À Sua Excelência o Senhor
Deputado MICHEL TEMER
DD. Presidente da Câmara dos Deputados
N E S T A

PROJETO DE LEI N.º 1.100, DE 1999

(DO SR. URSICINO QUEIROZ)

Acrescenta dispositivo ao art. 63 da Lei das Contravenções Penais.

DESPACHO:
(APENSE-SE AO PL-4846/1994)

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

SUMÁRIO

I – Projeto inicial

II – Na Comissão de Constituição e Justiça e de Redação:
- emenda apresentada ao Projeto

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 63 do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

"Art. 63. .....

.....

Parágrafo único. Na hipótese do inciso II, a pena aplica-se em dobro, sem prejuízo da responsabilidade civil, se o agente é proprietário de bares, restaurantes ou similares, e sabe tratar-se de pessoa que esteja conduzindo veículo automotor de vias terrestres."

Art. 2º . Esta lei entra em vigor 30 (trinta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcóolicas segue como o responsável por uma grande parte dos acidentes de trânsito, sendo infelizmente assustador o número de vítimas fatais, ou que ficam com seqüelas físicas e psicológicas para o resto de suas vidas.

O novo Código de Trânsito Brasileiro endureceu o tratamento penal dispensado aos condutores alcoolizados, sábia medida na direção da reversão daqueles números.

Mas é preciso mais.

Quem vende bebidas alcóolicas em bares, restaurantes ou similares deve ter o senso de responsabilidade necessário para evitar que a bebida continue chegando a quem já se mostra embriagado, mormente quando se sabe que este indivíduo está conduzindo veiculo automotor.

A Lei das Contravenções Penais pune quem serve bebidas a quem se acha em estado de embriaguez (art. 63, II). Evidentemente, a pena há de ser dobrada, sem prejuízo da responsabilidade civil, para a hipótese que ora estamos a abordar. Os donos dos estabelecimentos comerciais citados têm importante papel a cumprir na redução dos acidentes de trânsito envolvendo o consumo de álcool. O direito de comercializar bebidas não poder ser exercido de maneira irresponsável.

Contamos com o apoio de nossos Pares para a aprovação desta importante proposição.

Sala das Sessões, em 26 de junho de 1999.

Deputado URSICINO QUEIROZ

08/06/99

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI"

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 03 DE OUTUBRO DE 1941.

LEI DAS CONTRAVENÇÕES PENAIS

.....

Parte Especial

.....

CAPÍTULO VII
Das Contravenções Relativas à Polícia de Costumes

- Bebidas alcoólicas

Art. 63 - Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de 18 (dezoito) anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de freqüentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, ou multa.

.....

.....

EMENDA Nº
01/99

PROJETO DE LEI Nº	CLASSIFICAÇÃO		
1100/99	() SUPRESSIVA	() SUBSTITUTIVA	() ADITIVA
	() AGLUTINATIVA	() MODIFICATIVA	

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

AUTOR	PARTIDO	UF	PAGINA
DEPUTADO JOSÉ CARLOS ALELUIA	PFL	BA	

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.100, DE 1999

Acrescenta dispositivo ao Código Penal.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, passa a vigorar acrescido do seguinte art. 132A:

"Bebidas Alcoólicas

Art. 132A. Servir bebidas alcoólicas:

I – a menor de 18 (dezoito) anos;

II – a quem se acha em estado de embriaguez;

III – a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV – a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de freqüentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa.

Parágrafo único. Na hipótese do inciso II, a pena aplica-se em dobro, sem prejuízo da responsabilidade civil, se o agente é proprietário de bares, restaurantes ou similares, e sabe tratar-se de pessoa que esteja conduzindo veículo automotor de vias terrestres."

Art. 2º Esta lei entra em vigor 30 (trinta) dias após a sua publicação.

Art. 3º Revoga-se o art. 63 do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941.

25/5/99

PARLAMENTAR

EMENDA Nº

CLASSIFICAÇÃO		
() SUPRESSIVA	() SUBSTITUTIVA	() ADITIVA
() AGLUTINATIVA	() MODIFICATIVA	

PROJETO DE LEI Nº
1100/99

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

AUTOR	PARTIDO	UF	PAGINA
DEPUTADO JOSÉ CARLOS ALELUIA	PFL	BA	

JUSTIFICAÇÃO

É bastante oportuno o projeto de lei apresentado pelo nobre Deputado Ursicino Queiroz, no sentido de responsabilizar penalmente os agentes que vendem bebidas alcoólicas em bares, restaurantes ou similares, principalmente quando a bebida continua chegando para aqueles que já se mostram embriagados, e se sabe que se tratam de condutores de veículos automotores.

Entendemos que se faz imperioso colher as condutas hoje definidas pelo art. 63 da lei das contravenções penais (inclusive o parágrafo único proposto pelo projeto) e transformá-las em crime, com penas mais severas – e a detenção é mais grave do que a prisão simples.

Para tanto, apresentamos este substitutivo, introduzindo as referidas condutas no Código Penal, no capítulo relativo à "periclitação da vida e da saúde", na medida em que o que se quer evitar, justamente, é o perigo decorrente do consumo impróprio de bebidas alcoólicas.

Sala da Comissão, em de de 1999.

Deputado JOSÉ CARLOS ALELUIA

DATA	PARLAMENTAR
25/05/99	

PROJETO DE LEI Nº 1.151, DE 1999
(DO SR. FEU ROSA)

Acrescenta dispositivo ao Código Penal, distinguindo como crime o armazenamento, a venda ou a oferta de bebida alcoólica em posto de abastecimento de combustíveis.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, de acordo com a reforma da Lei nº 7.209, de 11 de julho de 1984, passa a vigorar acrescido do seguinte dispositivo:

"*Art 262-A. Armazenar, vender ou ofertar bebida alcoólica em posto de abastecimento de combustíveis, ou em estabelecimentos a ele conjugados:*

Pena - prestação de serviço à comunidade, de três meses a um ano, e multa." (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor sessenta dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O novo Código de Trânsito veio trazer uma contribuição inestimável ao combate à ingestão de bebidas alcoólicas pelos condutores de veículos. De um lado, reduziu o índice de alcoolemia tolerado para a prática da direção. De outro, elevou as penalidades a que estão submetidos os motoristas flagrados sob o efeito do álcool.

Sob o impacto de tais medidas, presenciou-se uma redução expressiva do número de acidentes envolvendo condutores alcoolizados. Há, no entanto, muito trabalho ainda a ser feito para trazer a percentuais toleráveis os desastres e atropelamentos relacionados ao consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

É necessário, primeiro, privilegiar ações educativas, que possibilitem aumentar o grau de conscientização dos motoristas em relação ao problema. Segundo, deve-se intensificar a fiscalização de trânsito, a fim de que o rigor da lei alcance, de fato, os infratores. Terceiro, convém coibir a comercialização de bebidas alcoólicas em estabelecimentos freqüentados, primordialmente, por condutores de veículos, caso dos postos de abastecimento de combustíveis.

Essa última providência é que se procura implementar com a presente iniciativa. Como se pode depreender do que já dissemos, não se trata de uma panacéia. É preciso uma junção de disposições para que o controle da ingestão de bebidas alcoólicas pelos motoristas se dê de maneira eficaz.

Acreditamos, todavia, que a proibição do armazenamento, da venda e da oferta de bebidas alcoólicas nos postos de abastecimento de combustíveis e estabelecimentos a eles conjugados pode representar um grande desestímulo ao condutor que não tem compulsão pelo álcool, mas que, pela oportunidade oferecida de tomar uma "cervejinha" enquanto abastece o veículo ou almoça em restaurantes ou lanchonetes integradas aos postos de gasolina, esquece-se das imposições da lei e dos malefícios do álcool para uma direção segura.

Essa a razão que nos faz acreditar na eficácia desta proposta.

Sala das Sessões, em 10 de JUNHO de 1999.

Deputado Feu Rosa

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CÓDIGO PENAL

DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 07 DE DEZEMBRO DE 1940.

CÓDIGO PENAL

.....

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VIII
Dos Crimes Contra a Incolumidade Pública

.....

CAPÍTULO II
Dos Crimes Contra a Segurança dos Meios de Comunicação e Transporte e Outros Serviços Públicos

.....

- Atentado contra a segurança de outro meio de transporte

Art. 262. Expor a perigo outro meio de transporte público, impedir-lhe ou dificultar-lhe o funcionamento:

Pena - detenção, de 1 (um) a 2 (dois) anos.

§ 1º Se do fato resulta desastre, a pena é de reclusão, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos.

§ 2º No caso de culpa, se ocorre desastre:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano.

.....
.....

LEI Nº 7.209, DE 11 DE JULHO DE 1984

ALTERA DISPOSITIVOS DO DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 07 DE DEZEMBRO DE 1940 - CÓDIGO PENAL, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Presidente da República:
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

Art. 1º. O Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, passa a vigorar com as seguintes alterações:

**Alterações processadas diretamente no texto do CP, arts. 1º a 120.*

Art. 2º. São canceladas, na Parte Especial do Código Penal e nas leis especiais alcançadas pelo art. 12 do Código Penal, quaisquer referências a valores de multas, substituindo-se a expressão multa de por multa.

Art. 3º. Dentro de 1 (um) ano, a contar da vigência desta Lei, a União, Estados, Distrito Federal e Territórios tomarão as providências necessárias para a efetiva execução das penas restritivas de direitos, sem prejuízo da imediata aplicação e do cumprimento dessas penas onde seja isso possível.

Parágrafo único. Nas comarcas onde ainda não for possível a execução das penas previstas nos incisos I e III do art. 43 do Código Penal, poderá o juiz, até o vencimento do prazo de que trata este artigo, optar pela concessão da suspensão condicional, observado, no que couber, o disposto nos art. 77 a 82 do mesmo Código.

Art. 4º. O Poder Executivo fará republicar o Código Penal com seu texto atualizado.

Art. 5º. Esta Lei entra em vigor 6 (seis) meses após a data de sua publicação.

Brasília, em 11 de julho de 1984; 163º da Independência e 96º da República.

JOÃO FIGUEIREDO

PROJETO DE LEI Nº 1.277, DE 1999
(DO SR. FREIRE JÚNIOR)

Altera dispositivo da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo nova definição para bebida alcoólica.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O parágrafo único do artigo 1° da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 1° .....

Parágrafo único Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico, medido em graus Gay Lussac."

Art. 2° O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 dias.

Art. 3° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294, sancionada em julho de 1996, constituiu-se em importante avanço no disciplinamento do uso do cigarros e outros derivados do tabaco, de medicamentos, terapias, defensivos agrícolas e bebidas alcoólicas.

No tocante à bebida alcoólica, contudo, entendemos ter havido uma grava falha no que seria alcançado pelas restrições legais. Optou-se por limitar a propaganda apenas para as bebidas que contivessem teor alcoólico superior a 13 graus Gay Lussac.

A nosso ver, os maléficos efeitos do álcool serão atingidos, também, pela - **Gestão de bebidas cofia alcoólico,** basta que se as consuma em maior volume, obviamente.

Ademais, a nocividade do consumo de bebidas alcoólicas não se encontra apenas nos efeitos do excesso de ingestão por cada indivíduo.

O estimulo ao uso de bebidas de menor teor constitui-se, na prática, como uma verdadeira iniciação ao vício.

Este vicio, o alcoolismo, como todos sabem, aprisiona milhões de brasileiros, levando-os à completa destruição e a de suas famílias.

Com certeza, trata-se da pior de todas as drogas.

Assim, permitir que jovens e crianças sejam levados a consumir bebidas de menor teor alcoólico, estimulados por propagandas sofisticadas, falaciosas e caríssimas, que associam o vicio ao sucesso, ao esporte, às mulheres bonitas, às praias lindas, entre outras maravilhas, constitui-se num verdadeiro crime.

Esta proposição, que reapresentamos, de iniciativa original do Deputado Elias Murad, pretende, portanto, corrigir o equívoco inscrito na Lei 9.294/96, estendendo as restrições da propaganda às bebidas com qualquer teor

alcoólico.

Diante do exposto e considerando a relevância da matéria, conclamamos os ilustres pares a aprovar este projeto de lei.

Sala das Sessões, em 23 de 06 de1999

Deputado FREIRE JÚNIOR

"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 FUMÍGEROS*, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.382, DE 1999
(DO SR. GLYCON TERRA PINTO)

Modifica 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".

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994).

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, fica acrescido do artigo a seguir:

"Art. 9ºA É proibida a participação em competições oficiais de atleta que tenha feito propaganda comercial de bebida alcoólica nos 12 meses anteriores à data de início do campeonato ou pretenda fazê-lo nos 12 meses posteriores.

Parágrafo único. Aplicam-se ao infrator do disposto no *caput* deste artigo as seguintes sanções:

I - no caso de ser réu primário, multa no valor de 10.000 UFIRs (dez mil Unidades Financeiras de Referência) e exclusão imediata de competição desportiva de que esteja participando;

II - em caso de reincidência, multa em dobro, exclusão imediata de competição desportiva de que esteja participando e inabilitação para inscrição em campeonato ou torneio pelo período de

18 (dezoito meses), a contar da data de veiculação da peça publicitária em qualquer meio de comunicação".

Art. 2º. Suprima-se o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 16 de julho de 1996.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

São por demais conhecidos os malefícios causados pelo consumo de bebidas alcoólicas, e a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, veio em boa *hora* disciplinar o uso e a propaganda desses e outros produtos tão nocivos à saúde física e mental.

Contudo, ao definir como bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treza graus Gay Lussac, referida lei deixa uma brecha para que as cervejarias continuem presentes na área do desporto, não só na forma de patrocínio de eventos desportivos, como também na comercialização de seus produtos nos estádios. Ora, sabidamente, é a cerveja a porta de entrada para o vício do alcoolismo.

Essa brecha também possibilita que a propaganda seja feita com a participação de atletas bem sucedidos, sugerindo-se, enganosamente, uma associação entre o consumo de álcool e o bem-estar físico e mental das pessoas. O objetivo do texto que ora submeto ao exame dos nobre pares é, precisamente, coibir os abusos e impedir que atletas olímpicos e de competição atuem como garotos-propaganda em peças publicitárias destinadas a incentivar o uso de bebidas alcoólicas e, assim, promovam o alcoolismo em nosso País.

Sala das Sessões, em 03 de 08 de 1999.

Deputado Glycon Terra Pinto

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

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

.....
.....

LEI Nº 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.

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. 9º Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa de R$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinqüenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.408, DE 1999
(DO SR. GLYCON TERRA PINTO)

Determina a veiculação de mensagem de advertência, na propaganda de bebidas alcoólicas, relativa aos malefícios decorrentes do seu consumo.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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", determinando a veiculação de mensagem de advertência, na propaganda de bebidas alcoólicas, relativa aos malefícios decorrentes do seu consumo.

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I – A propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

II – A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita e falada, através das seguintes frases, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação " O Ministério da Saúde adverte":

a) "O consumo de álcool é prejudicial à saúde

b) " O consumo de álcool reduz os reflexos: não dirija após ingerir bebidas alcoólicas"

c) " O consumo do álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê"

d) " Não beba ao dirigir e não dirija ao beber"

III – Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do inciso anterior.

IV – A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

Diversas pesquisas de reconhecida seriedade acadêmica mostram que o consumo de bebidas alcoólicas cresceu, nos últimos anos, em diversos estados, a exemplo do Rio Grande do Sul e do Distrito Federal.

Tal crescimento observa-se, em especial, entre os adolescentes. Acredito que uma das razões para tal expansão se deva à publicidade de bebidas alcoólicas na televisão, que desenvolve uma postura permissiva da juventude em relação ao álcool.

Tal publicidade explora, inclusive, temas como a sexualidade, o esporte e o prestígio social, em tese proibidos pela Lei nº 9.294, de 1996.

Um importante recurso para conscientizar o jovem quanto aos riscos do alcoolismo, que incluem a maior incidência de diversas doenças e limitações na capacidade produtiva do cidadão, além de potenciais conflitos sociais e familiares, é obrigar à inserção de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas.

Com tal finalidade ofereço esta proposição, que modifica a norma vigente, obrigando à inserção desse tipo de mensagem. Estamos convencidos da eficácia desse tipo de recurso publicitário, já comprovado em diversos estudos de comportamento do consumidor.

Ciente da importância da proposta, peço, pois, aos nobres Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala de Sessões, em de de 1999.

04/08/99

Deputado GLYCON TERRA PINTO
Com Deus Vamos Mudar Este País

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.

.....

§ 4° 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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.512, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo o "merchandising" de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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", proibindo o "merchandising" de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo:

"Art. 4º .....

.....

§ 3º Os programas veiculados pelas emissoras de radiodifusão de sons e imagens no horário compreendido entre as seis horas e as vinte e uma horas não poderão apresentar atores, jornalistas ou entrevistados consumindo bebida alcoólica ou descrevendo o produto, sua embalagem ou sua caracterização."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas cresceu, nos últimos anos, em nosso País, em especial entre os adolescentes, como ilustram várias reportagens veiculadas em jornais diários de grande circulação. Estudos acadêmicos comprovam que em diversos estados, inclusive no Distrito Federal, tal tendência é alarmante.

Uma das razões apontadas para esse crescimento no consumo do álcool é a propaganda de bebidas alcoólicas na televisão. Embora sujeita às limitações da Lei nº 9.294/96, a publicidade de álcool continua a ser eficaz, atraindo novos consumidores em escala crescente.

A citada lei, embora seja um marco na história da propaganda no Brasil, mostra-se, ainda, ineficaz diante da criatividade dos nossos publicitários. Preocupa-nos, em especial, a liberalidade dessa norma quanto ao "merchandising" de bebidas alcoólicas.

Com o objetivo de aperfeiçoar o dispositivo, ofereço à Casa esta proposição, que proíbe a veiculação, nas emissoras de televisão, de "merchandising" de bebidas alcoólicas, seja pela apresentação de artistas consumindo o produto, seja pela descrição de suas características.

Convencido da importância da proposta, peço aos Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 1999.

Deputado LUIZ BITTENCOURT

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2 e 4, 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.599, DE 1999
(DO SR. LINCOLN PORTELLA)

Dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° A presente lei altera a redação do art. 3º da Lei n° 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", estabelecendo restrições adicionais à propaganda de derivados do tabaco.

Art. 2° O art. 3° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3° É vedada, nas emissoras de rádio e televisão, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, sendo somente permitida em jornais, revistas e demais veículos impressos,.

§ 1° A propaganda comercial dos produtos referidos no caput, em jornais, revistas e demais veículos impressos, deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

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

II - não atribuir ao produto propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou tensão, ou qualquer efeito similar;

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

IV - não associar o produto à prática de esportes;

V - não sugerir ou induzir o consumo do produto em locais ou situações perigosas ou ilegais;

VI - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VII - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, ou a eles dirigir-se.

§ 2° A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada três meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva, sempre precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV- quem fuma adoece de úlcera do estômago;

V- evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior, usadas de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, ingeridas, de forma legível e ostensiva, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

Art. 4° Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Ao regular a matéria em exame, a Constituição Federal, em seu art. 220, § 4°, estabelece a possibilidade de serem impostas limitações à propaganda de tabaco e bebidas alcoólicas.

"art. 220 .....

.....

§ 4° 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 do seu uso."

Referido dispositivo constitucional foi regulamentado pela Lei n° 9294, de 15 de julho de 1996, que apenas restringe, no caso de emissoras de rádio e televisão, os horários para veiculação da propaganda comercial de tabaco. Esses veículos exercem forte influência sobre jovens e adolescentes, o que recomenda a adoção de medidas, no sentido de diminuir o consumo de produtos derivados do fumo, que, comprovadamente, causam danos à saúde da população e ocasionam altos custos arcados por toda a sociedade.

O projeto de lei que ora apresentamos tem como objetivo, portanto, modificar a redação do art. 3° da Lei n° 9294, vedando, expressamente, a propaganda comercial de tabaco nas emissoras de rádio e televisão.

Pela relevância da matéria objeto da presente proposta, esperamos contar com o apoio de nossos pares nesta Casa para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 01 de Setembro de 1999.

Deputado Lincoln Portella

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.

.....

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

** § 2º com redação dada pela Medida Provisória nº 1.912-7, de 27/08/1999.*

*** O texto anterior dizia:**

"§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art.2 conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.706, DE 1999
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Dá nova redação ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica revogado o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 2º Dê-se ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, a seguinte redação:

"Art. 4º Somente será permitida a propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico nas emissoras de rádio e televisão e nas emissoras de televisão por assinatura entre as vinte e duas e as seis horas."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, permite a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas. Ocorre que o parágrafo único do art. 1º considera bebidas alcoólicas, para os efeitos da Lei, somente as bebidas com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Com isto são deixadas fora da disciplina legal estabelecida, basicamente, as bebidas não destiladas, onde se destacam as cervejas e os vinhos, como a dar a entender que o seu consumo exagerado não traz malefícios. Sabemos todos que isto não é verdade. Uma pessoa pode embriagar-se consumindo cerveja ou vinho da mesma forma que bebendo cachaça ou uísque.

Entendemos, ainda, que a publicidade de bebidas alcoólicas, nas emissoras de rádio e TV, inclusive nas televisões por assinatura, só deve ser permitida a partir das vinte e duas horas.

Por estes motivos, resolvemos apresentar este projeto de lei revogando o parágrafo único do art. 1º e reformulado o art. 4º da Lei nº 9.294, de 1996, deixando bem claro que a lei se refere a todas as bebidas alcoólicas, qualquer seja o seu teor de álcool.

Assim sendo, esperamos contar com o apoio de todos os ilustres parlamentares para a aprovação do nosso projeto.

Sala das Sessões, em de de 1999.

Deputado Lincoln Portela 21/09/99

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI"

LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO 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.

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.761, DE 1999
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Acrescenta parágrafo ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 2º .....

§ 1º .....

§ 2º .....

§ 3º A área em recinto coletivo destinada exclusivamente ao uso de produtos fumígenos derivados ou não do tabaco, de que trata o *caput* deste artigo, será considerada devidamente isolada daquela destinada aos não usuários desses produtos quando o tipo de isolamento adotado vedar totalmente a passagem de odores e fumaças de um recinto para o outro.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O advento da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representou um avanço considerável em nosso país, no sentido de garantir um meio ambiente saudável aos cidadãos que optam por manter-se longe dos vícios, da dependência química e da poluição ambiental.

No caso específico do uso de produtos fumígenos, uma das mais importantes medidas adotadas por essa lei foi a obrigatoriedade de separação, em recintos coletivos, dos espaços destinados a usuários e não usuários desses produtos.

Ocorre, porém, que por falta de uma definição precisa do que vem a ser a forma adequada de isolar as áreas destinadas a cada tipo de usuário, conflitos têm ocorrido em ambientes como bares e restaurantes, entre outros. É comum, por exemplo, encontrarmos nesses estabelecimentos espaços reservados a usuários e não usuários de produtos fumígenos separados entre si apenas por uma linha imaginária. Isso faz com que a fumaça passe livremente de um setor para o outro, prejudicando a saúde daqueles que optaram por viver longe do fumo.

A proposição que ora submetemos à apreciação do Congresso Nacional tem por objetivo preencher a lacuna existente na legislação em vigor e, por tratar-se de uma medida que vai beneficiar a maioria da população brasileira, estamos certos de contar com o apoio dos Nobres Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 28 de setembro de 1999.

Deputado Ronaldo Vasconcelos

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.893, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Modifica a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que "dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências", proibindo a exibição de publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifício durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que "dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências", proibindo a exibição de publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifício artifício durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

Art. 2º O art. 76 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo:

"Art. 76 .....

§ 2º Sem prejuízo do disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, é vedada a exibição de chamadas ou inserções publicitárias de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifício durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A programação televisiva voltada ao público infanto-juvenil vem sendo objeto de duras críticas, em virtude da má qualidade do material veiculado. Inúmeros exemplos poderiam aqui ser citados, de programas de auditório que incluem brincadeiras de mau gosto a desenhos animados com elevado grau de violência, passando por seriados ou teleteatros recheados de situações eróticas inadequadas ao público a que se destinam.

Não menos grave, porém, é a veiculação de publicidade inadequada ao público infanto-juvenil, seja na forma de inserções propriamente ditas, seja através de chamadas ou veiculação de patrocínio. Isto inclui propaganda de cigarros, bebidas alcoólicas, armas e outros produtos nocivos ao jovem.

A lei vigente, Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, limita a veiculação desse tipo de publicidade através do horário, permitindo que programas dirigidos ao público infanto-juvenil, veiculados após as vinte e uma horas sirvam de canal para atrair pessoas dessa faixa etária ao consumo de produtos danosos à saúde e ao meio ambiente.

Com o objetivo de corrigir essa grave distorção, apresento aos nobres Pares esta proposição, que veda a publicidade desses produtos durante os programas destinados à criança e ao jovem. Trata-se, a meu ver, de matéria relevante e peço, portanto, aos ilustres colegas Parlamentares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 199 .

20/10/99

Deputado LUIZ BITTENCOURT

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

SEÇÃO I
Da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

Art. 77. Os proprietários, diretores, gerentes e funcionários de empresas que explorem a venda ou aluguel de fitas de programação em vídeo cuidarão para que não haja venda ou locação em desacordo com a classificação atribuída pelo órgão competente.

Parágrafo único. As fitas a que alude este artigo deverão exibir, no invólucro, informação sobre a natureza da obra e a faixa etária a que se destinam.

.....

.....

LEI Nº 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.

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 de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.923, DE 1999

(Do Sr. Dr. Benedito Dias)

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 proibir o consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves em vôos comerciais domésticos.

(APENSE-SE AO PL 4846/94)

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 fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", para proibir o consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves em vôos comerciais domésticos.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida dos seguintes dispositivos:

"Art. 2º-A É proibido o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves durantes os vôos comerciais domésticos, regulares ou não.

"§ 1º As empresas concessionárias dos serviços de transporte aéreo deverão informar os usuários acerca da proibição de que trata este artigo:

"I – durante a exposição oral das instruções de segurança exigidas pelas normas internacionais; e

"II – mediante a inclusão de aviso impresso nos bilhetes de passagem, em português e inglês, de forma ostensiva e de fácil leitura.

"Art. 2º-B A inobservância da proibição definida no artigo anterior sujeita o infrator a multa, cujo valor será fixado em regulamento, a ser aplicada:

"I – pelo poder concedente, quando a infração for cometida por empresa concessionária;

"II – pela empresa concessionária, quando a infração for cometida por passageiro que consumir bebida alcoólica própria."

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de sessenta dias contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294/96, ao dispor sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, inexplicavelmente, não fez qualquer menção ao uso de bebidas alcoólicas a bordo de aeronaves comerciais.

Consideramos essa lacuna bastante inconveniente. Isto porque, enquanto o ato de fumar a bordo compromete a saúde das pessoas não-fumantes, o consumo de bebida alcoólica pode comprometer a própria segurança do vôo. Embora não existam estatísticas oficiais a respeito, as comissões de segurança de vôo das empresas aéreas estimam que cerca de 50% dos casos de passageiros inconvenientes são provocados por bebida alcoólica.

Com o pretexto de aliviar a tensão provocada pelo vôo, muitos passageiros excedem-se no consumo de bebida alcoólica e provocam distúrbios de toda natureza a bordo das aeronaves, principalmente nos trechos mais longos. Em geral, esses passageiros alcoolizados criam constrangimentos para os outros passageiros e não obedecem às orientações da tripulação, desafiando a autoridade a bordo. Quando o caso assume proporções extremas, o passageiro inconveniente tem que ser retirado do avião pela Polícia Federal, o que causa atrasos, prejudicando e irritando os demais passageiros.

Na tentativa de dar uma solução para esse problema, decidimos oferecer à apreciação da Casa a presente proposição. É importante ressaltar que a possibilidade de implantar a proibição pretendida já vem sendo estudada em conjunto pelos setores envolvidos na prestação do serviço de transporte aéreo.

Na certeza de estarmos colaborando com a segurança do transporte aéreo e com o conforto e a comodidade dos passageiros, apelamos aos nobres Pares para que o projeto de lei ora oferecido tenha rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em 26 de outubro de 1999.

Deputado BENEDITO DIAS

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 do produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

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

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.955, DE 1999
(DO SR. RICARDO NORONHA)

Dispõe sobre a inserção de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas que esclareça sobre os malefícios decorrentes do seu consumo.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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", dispondo sobre a inserção obrigatória de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas, que esclareça o consumidor quanto aos malefícios decorrentes do seu uso.

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas, devendo atender os seguintes princípios:

I - A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita e falada, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte:":

a) "O consumo excessivo de álcool é prejudicial à saúde";

b) " Não dirija após ingerir bebidas alcoólicas";

c) "Se beber, não dirija, se dirigir, não beba";

d) "O consumo do álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê";

e) "O consumo excessivo de álcool pode provocar cirrose hepática e úlcera do estômago";

f) "O consumo excessivo de álcool provoca diversos males à saúde"

g) "Evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas".

II - Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do inciso anterior.

§ 1º A propaganda de bebidas alcoólicas não poderá associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º O Poder Executivo poderá criar outras frases de advertência, a serem adotadas nos termos do inciso I deste artigo."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294/96, que regulamentou a publicidade de produtos prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, muito contribuiu para a redução a maior responsabilidade do consumidor desses produtos. No caso específico do álcool, no entanto, os seus efeitos têm sido ineficazes.

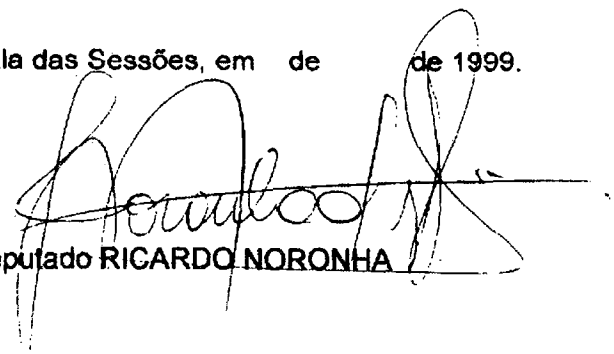
De fato, vários estudos têm revelado, nos últimos anos, um assustador crescimento no consumo de bebidas alcoólicas, em especial entre os jovens. Uma das razões apontadas para tal comportamento é a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas e o patrocínio de entidades desportivas pelos fabricantes desses produtos.

As implicações são muito graves: estamos formando uma geração de pessoas que, em decorrência do hábito de consumir bebida alcoólica, irão apresentar maior incidência de diversas enfermidades, tais como a cirrose hepática ou as várias formas de úlcera ou câncer do aparelho digestivo, onerando o sistema de saúde e provocando prejuízos sociais, na forma de baixa produtividade no trabalho, absenteísmo ou conflitos familiares, entre outras manifestações.

Acredito que um importante instrumento para conscientizar o consumidor jovem é a adoção da advertência informativa, nos moldes já adotados para o tabaco. Com tal objetivo, apresento este projeto de lei, que insere na Lei nº 9.294/96 dispositivo que determina a veiculação de tal advertência.

Espero, com tal iniciativa, contribuir para o aperfeiçoamento das disposições referentes à publicidade de bebidas alcoólicas. Peço, pois, aos nobres Pares, o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 1999.



Deputado RICARDO NORONHA

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.

§ 1° 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. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.982, DE 1999
(DO SR. ROBERTO PESSOA)

Proíbe a liberação de recursos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios destinados ao financiamento de eventos culturais patrocinados ou co-patrocinados por indústrias tabagistas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º - Fica proibida a liberação de recursos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante leis de incentivo à cultura ou afins, destinados ao financiamento de eventos culturais patrocinados ou co-patrocinados por indústrias tabagistas.

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

Art 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Iniciamos a defesa do nosso projeto revelando dados assustadores acerca do tabagismo. Por ano, o fumo mata aproximadamente 3,5 milhões de pessoas. No Brasil, o cigarro mata anualmente 80 mil pessoas. 7% das mortes no mundo são causadas pelo cigarro. São 1,1 bilhão de fumantes em todo o mundo e em nosso País esse número atinge mais de trinta milhões.

Entendemos que a demonstração dessas estatísticas por si só justifica nossa iniciativa e torna evidente a necessidade de providências mais contundentes para debelar o uso do fumo no Brasil.

Destacamos um fato inusitado ocorrido este mês, que foi o reconhecimento por um fabricante tabagista de que o produto é realmente nocivo à saúde. A Philip Morris, considerada a maior indústria de cigarros do mundo (700 bilhões de cigarros/ano), declarou em seu site da internet que o vício de fumar provoca doenças como câncer e outras enfermidades letais, além de causar dependência. Com a decisão da empresa, pleitear indenizações alegando-se que o

fumante não foi devidamente esclarecido a respeito dos males do fumo não produz mais os efeitos judiciais desejados.

Atualmente, o tabagismo é considerado um dos mais sérios problemas de saúde pública. A realização de aproximadamente 60 mil pesquisas e estudos possibilitou à Organização Mundial de Saúde classificar 25 tipos doenças e corroborar que o vício do fumo provoca moléstias graves como o câncer de pulmão, enfisema pulmonar, infarto do miocárdio, bronquite crônica e derrame cerebral.

Outra informação que julgamos importante é que para o fumante existe uma hierarquia entre os cigarros, estabelecendo que um é menos prejudicial à saúde que outro, o que não passa de falácia. O Instituto Nacional do Câncer (Inca) promoveu pesquisas e concluiu que não há cigarro saudável, independente de ser industrializado, de baixos teores, fumo-de-rolo, cachimbo ou charutos. Segundo o Inca, noventa por cento dos fumantes começam a consumir cigarros antes dos 21 anos de idade, motivados pela publicidade maciça do cigarro na mídia.

Ainda consoante estudos do Inca, fica evidenciado que o Brasil é o país da América Latina onde o povo mais consome cigarros, destacando sua maior concentração na Região Sul, que aponta Porto Alegre como a cidade com os mais elevados índices de câncer pulmonar. Comprovou-se também que para o cultivo do tabaco são necessárias grandes quantidades de fertilizantes e agrotóxicos que provocam danos não só a saúde dos agricultores e suas famílias, mas ao solo e ao meio ambiente.

Registramos que o vício do cigarro difundiu-se mundialmente a partir da Segunda Guerra Mundial. Nos Estados Unidos um adulto consumia anualmente 750 cigarros. Em 1960, a média de cigarros atingiu 3.900 por ano. Estima-se que a média de consumo por adulto hoje é de 1.600 cigarros/ano.

Voltando aos números brasileiros, entre 1970 e 1980 houve um aumento de 132% no consumo de cigarros. Pesquisa realizada no ano de 1989, envolvendo 363 municípios, revelou que existiam no Brasil 30,6 milhões de fumantes.

Recentemente, enquete realizada pela Unidade de Pesquisa em Álcool e Drogas da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), num universo de 700 fumantes, mostrou que 73,1% já tentaram parar de fumar. O trabalho apontou que 69% estão dispostas a largar o cigarro nos próximos seis meses. Essa é uma comprovação de que as pessoas estão efetivamente preocupadas com a qualidade de vida e, principalmente, conscientes dos malefícios que o fumo causa à saúde. De acordo com a Unifesp, esse conhecimento é mais acentuado nas classes média e alta, acrescentando que, por falta de acesso à informação, a classe mais pobre permanecerá no vício. O lado positivo dessas informações é a constatação de que existe a vontade de abandonar o vício. O importante é que as

pessoas que tentam e não conseguem não devem desistir, buscando apoio, ajuda e orientação médica. Hoje a própria rede de saúde pública realiza esse trabalho.

Enfatizamos que a expansão do uso do cigarro gera lucros exorbitantes às empresas tabagistas e publicitárias e também ao governo pela arrecadação dos altos impostos cobrados sobre o produto. Entretanto, o Banco Mundial verificou uma perda mundial de 200 bilhões de dólares com as despesas para tratamento de doenças causadas pelo fumo, mortes e aposentadorias precoces de trabalhadores em idade produtiva.

Devemos mencionar que um passo relevante no combate ao fumo foi a inserção de mensagens de alerta à população sobre os danos que seu uso causa à saúde, seja na divulgação das propagandas do produto, seja nas próprias embalagens. Vale lembrar que no início, as mensagens exibidas nas campanhas afirmavam claramente: "o fumo provoca câncer". Em tempo muito curto, procederam-se alterações e incluíram a expressão "pode" provocar câncer. Entendemos que essa mudança fragilizou a advertência e, consequentemente, reduziu a eficácia das campanhas.

Ao finalizar, assinalamos o êxito do trabalho mundial no combate ao fumo. A participação do Brasil nessa batalhá tem sido fundamental. Ainda há muito a ser feito. A caminhada é longa, mas não podemos desanimar. Temos certeza que nossa união levará ao sucesso do nosso objetivo.

É com esse espírito de preocupação diante desse quadro nefasto que oferecemos à apreciação dos nobres Pares o presente projeto de lei. Esperamos contar com o apoio de todos para a sua rápida aprovação e transformação em norma legal.

Sala das Sessões, em de de 1999.

04/11/99

Deputado ROBERTO PESSOA

PROJETO DE LEI Nº 2.017, DE 1999
(DO SR. CONFÚCIO MOURA)

Determina a inserção de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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", determinando a inserção de mensagem de advertência sobre os malefícios decorrentes do consumo do álcool, na propaganda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo 1 A:

"Art. 4º

.....

§ 1 A. A propaganda de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita e falada, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte:":

a) "O álcool é prejudicial à saúde";

b) " O álcool reduz os reflexos: não dirija após ingerir bebidas alcoólicas";

c) "O consumo do álcool durante a gravidez pode provocar deformações no feto";

d) "O álcool pode provocar doenças hepáticas e do trato digestivo";

e) "O consumo excessivo de álcool provoca diversos males à saúde"

f) "Evite consumir bebidas alcoólicas na frente de crianças".

....."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

O álcool provoca diversos males à saúde e é responsável por inúmeras histórias de destruição pessoal e desagregação familiar. Embora a

sociedade admita o seu consumo, trata-se de produto tóxico, que cria dependência no ser humano. Inúmeros casos de alcoolismo, citados na imprensa e na literatura médica, bem como relatados no cinema e nas obras de ficção, ilustram a tragédia humana decorrente desse terrível vício, que degrada a pessoa, seus familiares e amigos.

A Lei nº 9.294/96, que regulamentou a propaganda de produtos prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, foi por demais benevolente com a propaganda do álcool. Suas disposições liberam a veiculação de inserções publicitárias de forma indiscriminada. As conseqüências aí estão: o consumo do álcool elevou-se no Brasil, especialmente entre os jovens.

Para combater essa lamentável tendência, apresento aos ilustres Pares esta proposta, que obriga os anunciantes a inserir mensagem alusiva aos danos do álcool, nos moldes do que já se determina para a propaganda de cigarros. Espero, desta forma, contribuir para a redução do consumo deste produto, que tanto prejuízo traz ao País, na formas de doenças, conflitos familiares, ausências ao trabalho, acidentes de trânsito e crimes.

Certo da importância da proposta, peço aos ilustres Pares o apoio indispensável à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 10 de nov de 1999.

Deputado CONFÚCIO MOURA

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.

§ 1° 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. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.090, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Dispõe sobre a proibição da veiculação pelas emissoras de televisão de comerciais dos produtos que especifica nos horários destinados ao público infanto-juvenil.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a redação da Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990, estabelecendo a vedação à veiculação pelas emissoras de rádio e televisão de comerciais dos produtos que especifica nos horários destinados ao público infanto-juvenil.

Art. 2º . Dê-se ao art. 76 da Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990, a seguinte redação:

"Art. 76 . .....

§ 1º Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

§ 2º É vedada a exibição de anúncios publicitários dos produtos elencados nos incisos do art. 81 da presente Lei nos horários destinados a crianças e adolescentes."

Art. 3º .O Poder Executivo regulamentará o disposto no prazo de 90 (noventa dias).

rt. 4º . Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

O Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990), em seu artigo 76, estabelece alguns critérios de classificação indicativa de programas de rádio e televisão, ao determinar:

"Art. 76 . As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas e culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição."

O Estatuto também definiu, nos art. 253 e 254, penalidades cabíveis nos casos de infrações administrativas cometidas por emissoras de rádio e televisão.

Fundamentado no Estatuto, o Ministério da Justiça emitiu Portaria nº 773, de 19 de outubro de 1990, que regulamenta a classificação de diversões e espetáculos públicos, o respectivo horário de veiculação, quando destinados a rádio e televisão, e os critérios básicos de classificação. Por exemplo, programas inadequados ao público, na faixa etária de 12, 14 e 18 anos, somente podem ser veiculados depois das 20, 21 e 23 horas, respectivamente.

No entanto, a propaganda comercial de produtos inadequados a crianças e adolescentes, exceto pelas restrições de horário impostas à propaganda de tabaco e de bebidas alcoólicas, pela Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, continua sendo veiculada em horários destinados ao público infanto-juvenil.

A proposta que ora apresentamos pretende proibir a veiculação em horários destinados a esse segmento do público de anúncios publicitários de produtos inadequados a sua faixa etária. Para tal, propomos

incluir novo parágrafo no art. 76, da Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Para que não paire dúvidas sobre a aplicação da vedação, remetemos a redação proposta para o art. 81, da mesma lei, que proíbe a venda de determinados produtos a crianças e adolescentes.

Considerando que a iniciativa contribuirá para ampliar os meios legais que permitam coibir práticas inadequadas das emissoras de televisão, esperamos obter de nossos Pares apoio para sua célere tramitação e aprovação nesta Casa.

Sala das Sessões, em 23 de 11 de 1999.

Deputado Luiz Bittencourt

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

Seção I
Da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o Art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 253. Anunciar peças teatrais, filmes ou quaisquer representações ou espetáculos, sem indicar os limites de idade a que não se recomendem:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência, duplicada em caso de reincidência, aplicável, separadamente, à casa de espetáculo e aos órgãos de divulgação ou publicidade.

Art. 254. Transmitir, através de rádio ou televisão, espetáculo em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação:

Pena - multa de 20 (vinte) a 100 (cem) salários de referência; duplicada em caso de reincidência a autoridade judiciária poderá determinar a suspensão da programação da emissora por até 2 (dois) dias.

.....

.....

LEI Nº 9.294, DE 15 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.

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.

.....

.....

PORTARIA Nº 773, DE 19 DE OUTUBRO DE 1990

O MINISTRO DE ESTADO DA JUSTIÇA, no uso de suas atribuições,

Considerando que compete à União exercer a classificação, para efeito indicativo, de diversões públicas e de programas de rádio e de televisão;

Considerando a necessidade urgente de se estabelecer a uniformização dos critérios classificatórios das diversões públicas e de programas de rádio e de televisão;

Considerando ser dever do Poder Público informar sobre a natureza das diversões e espetáculos públicos, as faixas etárias às quais não se recomendam, bem como os locais e horários em que sua apresentação se mostra inadequada;

Considerando que o artigo 56 da Lei nº 6.698, de 10 de outubro de 1979, proíbe a apresentação ou o anúncio de espetáculos sem aviso de sua classificação; e

Considerando, ainda, que a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, proíbe a transmissão, através de rádio ou televisão, de espetáculos em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação;

RESOLVE:

Art. 1º - As diversões e espetáculos públicos são classificados como livres ou como inadequados para menores de 12 (doze), 14 (quatorze) e 18 (dezoito) anos.

Art. 2º - Os programas para emissão de televisão, inclusive "trailers", têm a seguinte classificação:

a) veiculação em qualquer horário: LIVRE;
b) programa não recomendado para menores de 12 anos: inadequado para antes das vinte horas;
c) programa não recomendado para menores 14 anos: inadequado para antes das vinte e uma horas;
d) programa não recomendado para menores de 18 anos: inadequado para antes das vinte e três horas.

Parágrafo único - São dispensados de classificação os programas de televisão transmitidos ao vivo, responsabilizando-se o titular da empresa, ou seu apresentador e toda a equipe de produção, pelos abusos e desrespeito à legislação e normas regulamentares vigentes.

Art. 3º - A classificação informará a natureza das diversões e espetáculos públicos, considerando-se, para restrições de horário e faixa etária, cenas de excessiva violência ou de prática de atos sexuais e desvirtuamento dos valores éticos.

Art. 4º - A classificação indicativa, atribuída em portaria do órgão competente do Ministério da Justiça, será publicada no Diário Oficial da União.

Art. 5º - As fitas de programação de vídeo deverão exibir, no invólucro, informação sobre a natureza da obra e a faixa etária a que não se recomenda, observada a classificação estabelecida no artigo 1º.

Art. 6º - Os responsáveis pelas diversões e espetáculos públicos deverão afixar, em lugar visível e de fácil acesso, à entrada do local de exibição, informação destacada sobre a natureza do espetáculo e a faixa etária especificada na respectiva portaria de classificação indicativa.

Parágrafo único - Nenhum programa de rádio ou de televisão será apresentado sem aviso de sua classificação, antes e durante a transmissão.

Art. 2º - Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Jarbas Passarinho

PROJETO DE LEI Nº 2.130, DE 1999
(DO SR. DARCÍSIO PERONDI)

Dá nova redação ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º . O artigo 4º da Lei N.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 4º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo 2º e de bebidas alcoólicas, nas emissoras de rádio e televisão será permitida somente entre às vinte e duas e as seis horas. (NR)

§1º mantido.

§2º As embalagens e as mensagens de propaganda de bebidas alcoólicas deverão conter advertências, quando possível falada e escrita, dispondo sobre os malefícios decorrentes do consumo dos produtos referidos no artigo 2º, de acordo com frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, que serão utilizadas seqüencialmente, e de maneira simultânea ou rotativa, sendo a variação desta última estabelecida pela regulamentação. (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Entre os freqüentadores do Programa de Orientação e Atendimento a Dependentes – PROAD da Universidade Federal de São Paulo 16% são dependentes de álcool. Pesquisa realizada pelo Departamento de Medicina

da mesma Universidade detectou em uma amostragem com 1802 entrevistados que 30% dos alunos das escolas particulares tinham bebido até se embriagar.

A adoção de medidas necessárias ao combate ao consumo de bebidas alcoólicas e de outros produtos que são prejudiciais à saúde é uma realidade que cada vez mais se faz necessária. As alterações introduzidas pelo projeto visam diminuir o contato, principalmente, dos adolescentes com a propaganda de bebidas alcoólicas que muitas vezes são associadas a um estado de superioridade por aqueles que a consomem. Atualmente, não se consegue ligar a televisão, ouvir rádio, ou mesmo passar por um *outdoor* sem que à imagem da bebida esteja associada a alegria, beleza ou sensualidade.

Os gastos dos Governos Federal, Estadual e Municipal com a saúde daqueles que consomem bebidas alcoólicas está significando a diminuição de recursos para o atendimento da saúde de crianças e daqueles que não consomem qualquer tipo de bebida alcoólica. Nesse sentido, conto com os ilustres pares para a aprovação do presente projeto.

Sala das sessões, em 25 de novembro 1999.

DARCÍSIO PERONDI
DEPUTADO FEDERAL
PMDB/RS

LEI Nº 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.

.....

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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.185, DE 1999
(DO SR. ALBERTO FRAGA)

Estabelece obrigatoriedade de advertências dos riscos do álcool em rótulos e propagandas de bebidas com teor alcoólico, e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os rótulos, ou impressões em latas e similares, de embalagens de bebidas com qualquer teor alcoólico deverão conter advertência dos riscos do álcool, com dimensões não inferiores a 10% (dez por cento) do tamanho total do rótulo.

Parágrafo Único. O Poder Executivo regulamentará o tamanho e os dizeres da advertência sobre os males causados pelo álcool, na forma do caput.

Art. 2º As propagandas e campanhas publicitárias, em qualquer meio de comunicação, deverão conter a advertência prevista no artigo anterior, sendo que, no meio radiofônico, será utilizado parte do tempo da propaganda para a narração da advertência, e, no meio televisivo, a advertência será escrita em imagem congelada, com a respectiva narração dos dizeres.

Art. 3º É vedada a propaganda, ou qualquer campanha publicitária, de bebida alcóolica em veículo de comunicação impresso voltado para o público infanto-juvenil.

§ 1º. Nos veículos televisivos, radiofônicos ou eletrônicos, abertos ou fechados, a propaganda de bebida alcoólica só poderá ser veiculada no horário das 20:00 às 06:00 horas, ressalvados os casos de canais de televisão fechados com código de acesso.

§ 2º No caso de não obediência ao previsto neste artigo, o Poder Executivo, na forma do regulamento, poderá retirar de circulação o veículo impresso, ou do ar, a propaganda radiofônica ou televisiva, multando os infratores.

Art. 4° É vedada a inserção de propaganda de bebidas alcoólicas em programas, filmes, novelas, ou qualquer produção de entretenimento em rádio ou televisão, aberto ou fechado, a serem exibidos fora do horário previsto no § 1° do artigo anterior.

Art. 5° Aplica-se o disposto nesta Lei às bebidas energéticas ou estimulantes não alcoólicas com risco potencial de dependência, na forma do regulamento.

ART. 6° O Poder Público realizará campanhas de esclarecimentos sobre os riscos do álcool, buscando a diminuição do consumo, especialmente entre o público infanto-juvenil.

Art. 7° Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Visa o presente projeto de lei dar um tratamento rígido às propagandas de bebidas alcoólicas, uma vez que trata-se da droga que possui o maior número de dependentes, causando prejuízos enormes para os usuários e seus familiares, bem como traz também grandes prejuízos financeiros ao país, haja vista o gasto com hospitais públicos e afastamentos pagos pela Previdência.

Não podemos mais conviver inertes diante de tantos males que o álcool tem causado, inclusive entre menores de idade, arrasando suas esperanças de viver e crescer como uma ser humano normal.

Outrossim, o álcool é constantemente associado ao crime, tanto para incentivar a sua prática como também sendo a sua própria causa. Recente pesquisa na cidade de São Paulo associou o álcool a um grande número de homicídios na periferia daquele centro urbano, especialmente nos bares que proliferam, vendendo exclusivamente bebidas alcoólicas.

O Estatuto da Criança e do Adolescente traz alguma previsão do assunto, mas temos que ir além, pois o álcool atinge a todos, não só menores de idade, sendo poucas as famílias que não possuem um alcoólatra no seu seio.

Assim, temos que regulamentar as propagandas das bebidas alcoólicas, que proliferam nas revistas, nos cartazes gigantescos das ruas, nas rádios e nas televisões, atingindo a todos, incentivando aquele que possuí propensão para a bebida a embebedar-se, associando a droga ao *status* social e às conquistas amorosas e profissionais, e, o cúmulo do absurdo, ao esporte. É hora de se dar um basta em nome da saúde, da moralidade e da família, e dos gastos públicos.

Por fim, estende-se as previsões às malfadadas bebidas energéticas, cujo potencial de dependência é grande. Essas são as razões pela qual contamos com o apoio dos colegas parlamentares para a aprovação do presente projeto de lei, face a importância que o assunto tem nas questões sociais e de saúde pública.

Sala das Sessões, 3 de dezembro de 1.999. 07/12/99

DEPUTADO ALBERTO FRAGA

PROJETO DE LEI Nº 2.334, DE 2000
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Determina pena para venda de bebidas alcoólicas nos Estádios de Futebol.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a venda de bebidas alcoólicas dentro de Estádios de Futebol e a 500 (quinhentos) metros de onde estiverem instalados.

Art. 2º O discumprimento das normas contidas no Art.1º desta Lei, acarretará em pena de detenção de 4 a 8 meses e multa de 10.000 (Dez mil) UFIRs.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º Revogam-se as disposições em contrário.

Justificativa

O referido Projeto justifica-se pelo aumento exacerbado da violência nos eventos futebolístico, decorrente, na maioria das vezes, do uso exagerado de bebidas alcoólicas.

A sociedade atual, até como forma de precaução, têm se afastado dos estádios, privando-se assim do maior lazer da população brasileira.

Conflitos, não raros, vem deixando um rastro de sangue e de morte, aterrorizando as famílias e os cidadãos de bem.

Na maioria dos casos (80% segundo a polícia mineira), a grande causadora de todo este caos é a bebida alcoólica, que altera os sentidos da pessoas, deixando vir a tona o seu lado mais primitivo e violento. Quando juntam-se estas bebidas a rivalidade, que é um dos maiores atributos em uma partida de futebol, o resultado é quase sempre catastrófico.

A solução mais adequada e efetiva de coibir este consumo desenfreado, acredito ser a proibição de sua comercialização, tanto dentro, quanto nas imediações dos estádios de futebol.

Na certeza de contar com o apoio dos nobres Pares, a esta tão oportuna iniciativa, agradeço.

Sala das Sessões, em de de 2000.

Deputado **LINCOLN PORTELA** 20/04/2000

PROJETO DE LEI Nº 2.365, DE 2000
(DO SR. AUGUSTO FRANCO)

Dá nova redação ao art. 3º e parágrafos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas nos termos do art. 220 da Constituição Federal.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O parágrafo 2º do artigo 3º da Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.**

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral:

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

Art. 2º Acrescentem-se os parágrafos 5º e 7º ao art. 3º da Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, transformando-se o atual parágrafo 5º em parágrafo 6º:

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

.....

§ 5º Deverão ser demonstrados visualmente os malefícios causados pelo fumo, através de fotogramas impressos na face anterior das embalagens, exceto se destinadas à exportação, refletindo as cláusulas de advertências constantes no § 2º deste artigo.

§ 6º .....

§ 7º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada. "

JUSTIFICATIVA

Temos assistido nos últimos anos o recrudescimento do hábito de fumar, principalmente entre os mais jovens, refletindo a política publicitária agressiva adotada pela indústria de cigarro, voltada principalmente para esse público alvo.

Nesse momento, a sociedade deve se voltar contra essa estratégia de forma tão ou mais agressiva que a adotada pela retromencionada indústria.

Nesse sentido, alguns países têm divulgado como estratégia não apenas advertir verbalmente ou pela linguagem escrita, mas também adotando o instrumento principal utilizado pelos publicitários: a imagem.

Esse projeto de Lei tem por objetivo demonstrar visualmente os malefícios causados pelo fumo aos fumantes no momento mais delicado do consumo: quando há a manipulação da embalagem visando o ato de fumar.

Nesse momento, ao determinar a impressão de fotogramas mostrando os retrocitados malefícios, como por exemplo um pulmão ou outros órgãos carcomidos pelo câncer, ou corações fibrilados e necrosados, bem como crianças observando mães e pais fumantes tendendo a repetir o hábito, ou representações subliminares da impotência sexual, sem dúvida haverá um maior impacto sobre esses consumidores, bem como aumentando o custo de produção das embalagens, teremos um aumento nos preços médios dos cigarros ou que *de per si* também consiste em um desincentivo ao hábito de fumar.

Finalmente, a nova redação dada a esse artigo absorve as alterações introduzidas no parágrafo 2° e cria o parágrafo 7°, impostos pela Medida Provisória n° MP1.912/99, ainda não convertida em Lei.

Sala das Sessões, em 26 de janeiro de 2000

AUGUSTO FRANCO
PSDB/SE

LEI Nº 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.

.....

Art. 3° A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

* *§ 2° com redação dada pela Medida Provisória nº 2.000-12, de 13 01 2000.*

* ***O texto anterior dizia:***

"§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no Art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

§ 6º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada.

* *§ 6° acrescido pela Medida Provisória nº 2000-12, de 13.01.2000.*

Art. 4° - Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.389, DE 2000
(DO SR. JOSÉ CARLOS COUTINHO)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de a embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterem advertência sobre a proibição de sua venda a menores de 18 anos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 01° Fica proibido em todo o território nacional, a venda ou doação a menores de 18 (dezoito) anos de bebidas alcoólicas.

Parágrafo único. Todos os menores de dezoito anos encontrados com bebidas alcoólicas ou em estado e embriagues, deverá ser encaminhado ao órgão de proteção ao menor.

Art. 02° A embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterão obrigatoriamente, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos".

Art. 03° É considerado bebida alcoólica, qualquer bebida que tenha teor alcoólico.

Art. 04° Aplicam-se aos infratores desta lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor as seguintes sanções:

I – Multa de 1 (um) a 5 (cinco) salários mínimos;

II – Detenção de 6(seis) meses a 2 (dois) anos.

Art. 05 Esta Lei passará a vigorar na data de sua publicação.

Art. 06° Revogam-se as Disposições em contrário.

Justificativa

O presente projeto de lei visa incluir na embalagem e no rótulo das bebidas alcoólicas de forma ostensiva, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos", com o objetivo de diminuir o consumo, cada vez mas crescente de jovens

ingerindo tais bebidas, em grande parte, graças à agressiva publicidade.

O estatuto da Criança e do Adolescente, proíbe expressamente a venda de bebida alcoólica à crianças e adolescentes.

Porém é comum vermos crianças em estabelecimentos comerciais, comprando bebidas alcoólicas sem nenhuma restrição, por parte dos comerciantes e dos órgãos Públicos.

O estatuto da Criança e do Adolescente vem sendo infringido continuamente das mais varias formas, visando acabar com tais desrespeito ao estatuto que apresentamos o projeto de lei acima exposto.

Dada a gravidade dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo, pedimos aos Nobre Pares o necessário apoio a esta proposta, que reputamos de grande relevância para a sociedade brasileira

Sala das Sessões, 01 de fevereiro de 2000.

Deputado José Carlos Coutinho

PFL-RJ

PROJETO DE LEI Nº 2.417, DE 2000
DO SR. LINCOLN PORTELA

Determina a obrigatoriedade de constar nos rótulos de bebidas alcoólicas uma advertência dos malefícios que ele causa à saúde.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994).

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica determinado que todas as bebidas alcoólicas só poderão ser comercializadas, se constar no seu rótulo uma advertência dos malefícios que o álcool acarreta a saúde.

Art. 2º A divulgação de comerciais de bebidas alcoólicas através dos órgãos da mídia, televisiva, radiofônica e escrita, só serão permitidas se forem acompanhadas de advertências dos malefícios que o álcool acarreta a saúde.

Art. 3º A formulação dos modelos de advertência, tanto quanto a fiscalização das empresas fabricantes de bebidas alcoólicas, em relação as normas contidas no Art. 1º e no Art. 2º desta Lei, ficará a cargo do Ministério da Saúde.

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

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

Justificativa

O tratamento que o Governo Brasileiro vem dando, durante todos estes anos, as bebidas que contém teor alcoólico, é extremamente liberal e consequentemente perigoso.

Estamos habituados a conviver, com muita naturalidade, com o incentivo ao vício do álcool. Por abranger um mercado praticamente ilimitado, e gerar um lucro exorbitante, esta convivência nos é imposta, imbuída do intuito de gerar mais e mais consumidores.

É desnecessário citar a comprovação científica que o álcool causa dependência física e psicológica. Infelizmente a saúde humana está, mais uma vez, sendo colocada em segundo plano. Os malefícios que a dependência do álcool nos trás são, na maioria das vezes, irreversíveis.

A mídia, sem dúvida alguma, carrega uma grande parcela de culpa pela proliferação deste vício. Sem nenhuma cobrança por parte das autoridades competentes, as TVs, Rádios e Jornais, divulgam e incentivam o consumo do álcool, sem preocupação e responsabilidade.

Na certeza de contar com o apoio dos nobres Pares, a esta tão oportuna iniciativa, agradeço.

Sala das Sessões, em 08 de fevereiro de 2000.

Deputado **LINCOLN PORTELA**

PROJETO DE LEI Nº 2.468, DE 2000
(DO SR. JOSÉ CARLOS COUTINHO)

Dispõe sobre proibição de fumar em aeronaves comerciais.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 01° Fica proibido em todo território nacional fumar cigarros e similares a bordo de aeronaves comerciais brasileiras em vôo.

Art. 02° Deverá constar no bilhete de passagem o aviso de que é proibido fumar a bordo da aeronave.

Art. 03° O passageiro que insistir em fumar dentro da aeronave em vôo ficará sujeito a multas de 10 a 50 salários mínimos .

Art. 04° O Poder Executivo, através do Departamento de Aviação Civil - DAC, regulamentará a aplicação da presente lei.

Art. 05° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificativa

O ato de fumar dentro de aeronaves representa um grande risco para a segurança do vôo, além de provocar incômodo para as pessoas que não fumam.

As empresas aéreas adotaram as classes de fumantes e não fumantes, mas não resolve o problema , porque todos os passageiros ficam no mesmo ambiente, e assim incomodando os não fumantes.

Os países desenvolvidos, rotularão o cigarro como droga e proibiram suas propagandas em meios de comunicação, e dentro e ambientes fechados .

Certo do grande alcance social e da segurança em vôo, que apresentamos essa preposição e contamos com o apoio dos Nobre Pares para a preposição que ora apresentamos.

Sala das Sessões, 17 de fevereiro de 2000.

Dep. José Carlos Coutinho

PFL-RJ

PROJETO DE LEI Nº 2.613, DE 2000
(DO SR. FREIRE JÚNIOR)

Dispõe sobre a proibição de venda de cigarros e outros produtos derivados do tabaco para menores de dezoito anos de idade.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. É proibida a venda de cigarros e outros produtos derivados do tabaco a menores de dezoito anos, mesmo que acompanhados dos pais ou responsáveis.

Parágrafo único. Os vendedores de cigarros e outros derivados do tabaco exigirão do comprador, sempre que este aparente ser menor de dezoito anos, a apresentação de documento que comprove a idade.

Art. 2º. Constitui crime vender ou oferecer à venda cigarros e outros derivados do tabaco a menor de dezoito anos, ou, na hipótese do § 1º do artigo anterior, não exigir a apresentação de documento.

Pena - detenção de dois a seis meses.

Art. 3º . Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Nosso objetivo é dificultar a venda desses produtos que matam todos os anos milhares de brasileiros.

Além disso, queremos proibir definitivamente a venda de cigarros a menores de 18 anos, punindo, com a pena de detenção, a venda desses produtos aos nossos jovens.

Esperamos assim contar com o apoio de nossos pares para a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em de de 2000.

21/03/00

Deputado FREIRE JÚNIOR

PROJETO DE LEI Nº 2.786, DE 2000
(DO SR. WAGNER SALUSTIANO)

Proíbe o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves em vôos comerciais domésticos, regulares ou não, e dispõe sobre o treinamento dos comissários de bordo.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe o consumo de bebida alcoólica de qualquer natureza nas aeronaves, durante os vôos comerciais domésticos, regulares ou não, prevendo as penalidades em caso de infração, e dispõe sobre a inclusão, no programa de treinamento de comissários de bordo, de indicações acerca de condutas a serem adotadas no caso de constatar-se a presença de pessoa alcoolizada.

Art. 2º Fica proibido o consumo de bebida alcoólica, fermentada ou destilada, nas aeronaves, durante os vôos comerciais domésticos, regulares ou não.

Art. 3º A proibição de que trata o artigo anterior deverá ser informada aos usuários pelas empresas concessionárias do serviço de transporte aéreo durante a exposição oral das instruções de segurança, realizada no início de cada trecho voado.

Art. 4º A inobservância da proibição de que trata esta lei sujeita a empresa concessionária do serviço a multa, no valor de dez vezes o preço de tabela do bilhete de passagem para o trecho em que ocorrer a infração, a ser aplicada pela autoridade responsável pela delegação do serviço.

§ 1º Caso a infração seja cometida por passageiro que consumir bebida alcoólica por ele transportada, a multa, no valor do preço de tabela do bilhete de passagem para o trecho em que ocorrer a infração, será aplicada pela empresa concessionária do serviço.

§ 2º A forma de pagamento da multa e a destinação do produto arrecadado serão disciplinadas em regulamento.

Art. 5º O programa de treinamento de comissários de bordo deverá incluir indicações acerca de condutas a serem adotadas no caso de constatar-se a presença de pessoa alcoolizada.

Art. 6º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias a contar de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Não é rara a ocorrência de distúrbios provocados por pessoas alcoolizadas a bordo de aeronaves. Argumentando que precisam do álcool para relaxar as tensões provocadas pelo medo de voar, muitos passageiros acabam exagerando no consumo de bebida, particularmente nos vôos de maior duração ou naqueles que fazem um maior número de escalas.

Via de regra, passageiros alcoolizados assumem um comportamento inconveniente, causando distúrbios diversos a bordo. Os demais passageiros, e até mesmo a tripulação, ficam à mercê de atitudes desrespeitosas, o que, além de constrangedor, pode significar problemas para a segurança do vôo. Verifica-se, nessas ocasiões, o despreparo dos comissários de bordo para lidar com a situação. Em alguns casos extremos, o comandante tem que fazer uma escala não prevista para que o passageiro inconveniente seja retirado do avião pela Polícia Federal.

Numa tentativa de pôr termo a tais ocorrências, estamos oferecendo este projeto de lei, que visa a proibir o consumo de bebida alcoólica de qualquer natureza (destilada ou fermentada) nas aeronaves, durante os vôos comerciais domésticos, regulares ou fretados. Como forma de garantir o cumprimento da proibição, a proposta prevê a aplicação de penalidade de multa aos infratores. Complementarmente, estamos obrigando a inclusão, no currículo dos programas de treinamento de comissários de bordo de indicações acerca das condutas apropriadas para o caso de passageiros alcoolizados. Com essas medidas, estamos certos de estar contribuindo para o aumento das condições de segurança no serviço de transporte aéreo, eliminando ou, pelo menos, reduzindo significativamente as ocorrências desagradáveis derivadas do abuso de álcool.

Diante do exposto, contamos com o apoio decisivo dos nobres Pares no sentido da rápida tramitação e aprovação do projeto de lei ora apresentado.

Sala das Sessões, em 5 de abril de 2000.

Deputado WAGNER SALUSTIANO

PROJETO DE LEI Nº 2.833, DE 2000
(DO SR. EDINHO ARAÚJO)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, restringindo propaganda de bebida alcoólica.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º - Fica revogado o parágrafo único do artigo 1.º da lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996.

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

JUSTIFICATIVA

A Lei 9.294 faz restrições à propaganda de bebidas alcoólicas, dispondo que esta só pode ser veiculada no rádio e na TV entre as nove horas da noite e as seis horas da manhã. Além disso, dentre outras normas restritivas, a propaganda não pode 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*" (art. 4.º, § 1.º) e os rótulos das embalagens deverão conter a seguinte advertência: "*evite o consumo excessivo de álcool*" (art.. 4.º, § 2.º).

Entretanto, essa lei excepciona, de qualquer restrição, a propaganda de cerveja. É por essa razão que, independente da hora do dia ou da noite, qualquer pessoa, seja criança, adolescente ou adulto, assiste anúncios em profusão dessa bebida, associando-a à prática esportiva (até mesmo em transmissões da seleção brasileira de futebol), ao melhor desempenho na sedução amorosa ou à diversão inconsequente, como se bebida alcoólica fosse brincadeira.

Essa situação desregrada na publicidade de um tipo de bebida alcoólica motivou o coordenador do Serviço de Emergências do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, Dr. Maurício Daniel Gattaz, a publicar importante artigo no jornal "*Folha de São Paulo*" de 03.03.2000, no qual chama a atenção para o fato de que, "*nem as cervejarias, nem os órgãos governamentais nem o terceiro setor têm tido o empenho necessário no esclarecimento da sociedade quanto ao vultoso problema que realmente tem a ver com a vida, com a qualidade de vida e com a sobrevida do brasileiro, que é o aumento indiscriminado do consumo de álcool em todas as classes sociais, em todas as faixas etárias e em ambos os sexos*".

Citando dados do Conselho Federal de Medicina, o Dr. Gattaz afirma que "*18 em cada 100 brasileiros adultos são dependentes de álcool, o hábito de beber entre crianças e adolescentes é cada vez maior, 75% dos acidentes fatais de trânsito são associados ao uso excessivo de álcool (em torno de 29 mortes por ano) e cerca de 40% das ocorrências policiais relacionam-se ao abuso da bebida*". E mais: "*das 5.700 mortes violentas ocorridas em São Paulo em 1996, 48% das pessoas apresentavam excesso de álcool no sangue. Dos mortos por afogamento, 64% tinham excesso de álcool no sangue; dos mortos por homicídio, 52%; dos mortos por queda fatal, 36%; dos mortos por suicídio, 36%*". Ainda de acordo com o Dr. Gattaz, o ministério da Saúde gastou R$ 310 milhões nos últimos três anos apenas com internações decorrentes do uso abusivo do álcool.

O vício que o consumo excessivo de cerveja pode causar, como de qualquer outra bebida alcoólica, está exemplificado em matéria da revista "*Época*" de 27.03.2000, à página 34, que relata decisão do Superior Tribunal de Justiça concedendo indenização por danos materiais e morais a ex-funcionário da Brahma. Ele foi provador de cerveja durante anos, verificando a qualidade do produto antes deste ser enviado ao consumo. O resultado: tornou-se alcoólatra, quase destruiu a família e hoje faz tratamento no hospital Pedro Ernesto, no Rio de Janeiro.

Por todas essas razões, contamos com o apoio dos colegas parlamentares ao presente projeto.

Sala das Sessões, 12 de abril de 2000.

Deputado EDINHO ARAÚJO

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.908, DE 2000
(DO SR. RICARDO FERRAÇO)

Proíbe a propaganda em rádio, televisão, "outdoors", jornais e revistas de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Art. 3º da lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º É proibida a propaganda comercial de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco, e de bebidas alcoólicas, nas emissoras de rádio e televisão, bem como em jornais, revistas, internet e outdoors, ou em qualquer outro veículo de comunicação."

Art. 2º Exclua-se os artigos 4º e 5º, bem como seus parágrafos, da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de cigarros e do álcool são, juntamente, as mais devastadoras causas evitáveis de doenças e mortes prematuras da história da humanidade. O consumo do tabaco atingiu a proporção de uma epidemia global, provocando, a cada ano, a morte de 4 milhões de pessoas em todo o mundo.

Dados da Organização Mundial da Saúde – OMS comprovam em inúmeras pesquisas a indiscutível relação causal entre o consumo do cigarro e doenças graves como câncer de pulmão (90% dos casos), enfisema pulmonar (80%), infarto do miocárdio (25%), bronquite crônica e derrame cerebral (40%).

Em termos de saúde pública, pesquisas mostram que os efeitos da utilização do cigarro e do álcool são devastadores, principalmente nos gastos com tratamento médico, perda de produtividade de trabalhadores, e perdas sociais decorrentes de mortes prematuras e precocidade na concessão de aposentadorias por doenças. O país gasta 2,5% do Produto Interno Bruto – PIB, apenas com o tratamento de doenças decorrentes da dependência tabágica e alcoólica.

Os gastos da rede pública de saúde com internações por dependência química do álcool em nos anos de 1995 a 1997 atingiram a marca de R$ 88,2 milhões, com a internação de 274 mil internações somente na rede do Sistema Único de Saúde. Quanto ao uso do tabaco, a rede SUS teve um dispêndio total de R$ 925,3 milhões no mesmo período, em conseqüência de infarto agudo do miocárdio (7% dos casos), Acidente Vascular Cerebral (3,3%), doenças pulmonares (63,1%) e outras doenças cardíacas (26,6%).

Somente no ano de 1996, o Sistema de Internação Hospitalar do SUS, registrou que a cirrose alcoólica do fígado foi a 7ª maior causa de óbito na população acima de 15 anos. Nesse mesmo ano, foram internados 39.255 pacientes acima dessa idade, com este diagnóstico. Desse total de pacientes, 9,2% morreram, ou seja, 3.626 pessoas.

Os custos sociais decorrentes do uso do tabaco e do álcool, cada vez mais elevados, tornam urgente uma intervenção mais rigorosa na divulgação, mais rigorosa. As conseqüências diretas e indiretas, do uso abusivo de substâncias psicoativas, como o álcool, são percebidas não apenas no contexto da rede pública de saúde, mas principalmente nas várias interfaces da vida social: trabalho, trânsito, aumento de criminalidade, etc.

A utilização de meios de comunicação de massa, como a televisão, rádio, jornais, revistas, dentre outros, acabam por incentivar o consumo dessas drogas. A população jovem é facilmente influenciada, em razão de estar em sua formação psicológica. Desta forma, a proibição do uso de mensagens comerciais nestes meios de comunicação pode desacelerar a utilização do tabaco e do álcool.

Pelo acima exposto, contamos com o apoio dos nobres Colegas para a aprovação de nosso projeto de lei.

Sala das Sessões, em 27 de abril de 2000.

02/05/00

Deputado Ricardo Ferraço

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 3° A propaganda comerciai dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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 pratica de esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta ultima hipótese devendo variar no máximo a

cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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 dos laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4°, 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.

§ 1° As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° Nas condições do *caput* , as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

Art. 6° É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

***Vide Medida Provisória nº 2.000-15, de 11 de abril de 2000.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.000-15, DE 11 DE ABRIL DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7° Os arts. 2° e 3° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2° .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3° .....

.....

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

.....

§ 6° A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada." (NR)

.....

Brasília, 11 de abril de 2000; 179° da Independência e 112° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Barjas Negri
Martus Tavares

PROJETO DE LEI Nº 2.919, DE 2000
(DO SR. EDUARDO JORGE)

Altera a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220, da Constituição Federal".

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O *caput* do art. 2 e seu § 1º. da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 passam a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 2º. É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo público.(NR)

§ 1º. Em recintos coletivos privados, o uso dos produtos referidos no *caput* será permitido apenas em áreas com isolamento físico, dotadas de sistema de ventilação que impeça a passagem de fumaça para o recinto dos não-fumantes. (NR)"

Art. 2º. O *caput* do artigo 3º. da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e três e seis horas. (NR)".

Art. 3º. Os incisos e o §3º do artigo 9º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 passam a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 9º. .....

I – advertência;

II – retirada do recinto (NR);

III – serviços comunitários (NR);

IV – interdição do estabelecimento (NR);

V – suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

VI – obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

VII – apreensão do produto;

VIII – multa de R$ 3.000 (três mil reais) a R$ 30.000,00 (trinta mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência (NR)."

"§ 3º. Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os usuários, os responsáveis pelo recinto público ou privado, os responsáeis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.(NR)"

Art. 4º. Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Quando a Lei 9.294, de 1996, entrou em vigor, incontáveis problemas causados pelo excesso no uso e na propaganda de produtos derivados do fumo foram equacionados. A lei sofreu algumas modificações, e existem em tramitação um sem-número de outras iniciativas sugerindo alterações no intuito de aperfeiçoá-la.

Deste modo, estamos propondo, por nossa vez, incluir alguns dispositivos de maior severidade. Pretendemos proibir definitivamente o uso de cigarros e assemelhados em qualquer recinto público. A propaganda comercial também deve ter seu horário de veiculação reduzido para o período entre vinte e três e seis horas da manhã. O valor das multas também é pouco expressivo, por isso incluímos valores mais altos neste projeto. Levantamos ainda a possibilidade de serem aplicadas penas alternativas, como serviços comunitários, aos usuários infratores, que não recebiam senão advertência de acordo com a lei vigente.

Assim sendo, contamos com o apoio dos ilustres Pares no esforço para proporcionar ao cidadão um ambiente mais saudável, livre de riscos desnecessários à sua saúde.

Sala das Sessões, em 10 de Maio de 2000.

Deputado Eduardo Jorge

02/05/00

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4° DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1° 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 § 4° 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. 2° É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 1° 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.

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no *caput* nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3° A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4° , 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.

§ 1° As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

Art. 6° É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7° A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1° Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2° A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3° Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1° deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4° Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art. 8° A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9° Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa de R$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinqüenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1° As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidade do infrator.

§ 2°-Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3° Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.000-15, DE 11 DE ABRIL DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1° Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7° Os arts. 2° e 3° da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2° .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3° .....

.....

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.067, DE 2000
(DO SR. MÁRCIO BITTAR)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de mensagem de advertência em recipientes de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. É obrigatória a inscrição da mensagem "SE BEBER NÃO DIRIJA", nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas.

§ 1º. A inscrição deverá estar localizada pelo menos na parte oposta ao rótulo principal, e impressa em caracteres de tamanho destacado.

§ 2º. Para efeito do disposto nesta Lei, recipiente é qualquer objeto que contenha bebida alcoólica destinada à comercialização, independentemente do material de que seja produzido.

Art. 2º. O Poder executivo regulamentará esta Lei em noventa dias.

Art. 3º. Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º. Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O trânsito brasileiro é ainda, apesar dos resultados positivos do novo Código, responsável por números alarmantes. Os acidentes de trânsito são a terceira *causa mortis* no país e dão causa a ocupação de mais da metade dos leitos hospitalares. Em 1998, já com o novo Código, as estimativas são de que houveram cerca de 1.000.000 de acidentes, com 45.000 mortos (incluindo os óbitos após 24 horas do acidente), 350.000 feridos, e prejuízos materiais da ordem de 2 bilhões de reais. São estatísticas realmente impressionantes.

Nas rodovias federais, os defeitos mecânicos, na via ou na sinalização, respondem por apenas 6% dos acidentes. As causas principais são falta de atenção e altas velocidades. A falha humana é, portanto, a razão principal deste quadro que nos remete à seguinte constatação: o transito brasileiro matou nos últimos 6 anos o equivalente à 25 anos de luta pela independência do Timor Leste.

Em tudo isso, uma particularidade: **a metade dos acidentes envolvem pessoas alcoolizadas!**

Embora contemplado no CTB como falta gravíssima, o ato de dirigir alcoolizado só é punível mediante exame clínico que verifique uma concentração de álcool no sangue superior a 0,6g/litro, o que limita em muito a capacidade coercitiva da Lei neste particular, posto que para ser multado, o motorista terá que ser detido e submetido ao exame do bafômetro, acarretando ônus para o Estado.

A questão da embriaguez no trânsito é portanto, serissima e de difícil solução via aplicação de multas. É necessário por todos os meios educar a população.

Recupero através deste Projeto, uma iniciativa do Sr. Leônidas Cristino, em 1996, que através de uma proposta semelhante buscava atingir diretamente o consumidor de bebidas alcoólicas. Refaço com alguns aperfeiçoamentos a proposição, no sentido de que todas as bebidas alcoólicas comercializadas no Brasil, exibam em seu rótulo de propaganda a inscrição "SE BEBER NÃO DIRIJA".

Tenho plena convicção de que o permanente alerta a quem bebe poderá significar um instrumento valioso de convencimento dos riscos de estar ao volante em estado de embriaguez. A inscrição, devidamente localizada e visível nas garrafas, latas etc., será um lembrete contínuo, uma espécie de luz de alerta sugerindo ao consumidor que tome atitudes de autodefesa, buscando com isso alternativas que lhe possibilite não tomar a direção do veículo.

O resultado desejado é a diminuição de pessoas embriagadas ao volante e, consequentemente, do número de acidentes no transito. Na situação atual, cada ponto percentual decrescido no número de acidentes envolvendo pessoas embriagadas poderá representar 250 mortes e 2.000 feridos a menos.

Sala das Sessões, em de de 2000.

18/05/00

Deputado MARCIO BITTAR

PROJETO DE LEI Nº 3.089, DE 2000
(DO SR. PAULO DELGADO)

Proíbe a propaganda de produtos derivados de tabaco, bebidas alcoólicas e de medicamentos nos termos que especifica.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional Decreta:

Artigo 1º É proibida a propaganda de produtos derivados de tabaco, bebidas alcoólicas e de medicamentos em todo território nacional.

Artigo 2º São revogados os §§ 1º, 2º, 3º e 5º do art. 3º e § 2º do art. 5º, da Lei 9.294, de 15 julho de 1996.

Artigo 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificativa

O fumo e o álcool fazem mal a saúde. Não pode ser objeto de propaganda e publicidade a indução de hábitos de consumo, que têem como conseqüência adoecer seus usuários, levando as pessoas a serem vitimas de um desejo produzido artificial e programadamente. Nenhuma sociedade pode admitir, depois das irrefutáveis evidências de risco a saúde, que alguém em qualquer tempo da sua vida seja ensinado, estimulado e levado a beber e a fumar cotidiana e naturalmente.

A prescrição de medicamentos é uma decisão técnica profissional derivada de um diagnóstico de responsabilidade médica, não podendo ser induzida por propaganda e publicidade ou estimulada por fantasias de benefício ou cura.

As razões mercantis que sustentaram até hoje o uso abusivo de propaganda e publicidade de fumo, álcool e medicamento contrastam, sob todos aspectos, com os custos derivados das seqüelas que produzem nos indivíduos e na sociedade.

O livre arbitrio e a livre iniciativa são preservados pela manutenção da possibilidade de fabricação, comercialização e embalagem destes produtos que constituem, por si só, também propaganda e publicidade, porém tolerável.

Sala das Sessões, em 13 de março de 2000.

Deputado PAULO DELGADO

PROJETO DE LEI Nº 3.152, DE 2000
(DA SRA. TETÉ BEZERRA)

Proíbe qualquer tipo de patrocínio ao esporte advindo de empresa fabricante de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. É vedado o patrocínio a clubes ou atletas de qualquer modalidade esportiva, por empresas fabricantes de bebidas alcóolicas.

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

JUSTIFICAÇÃO

Um estilo de vida saudável que desejamos para a população, no qual o esporte ocupe um lugar importante é incompatível com a ingestão continuada, excessiva de bebidas alcóolicas.

O vício instala-se através da criação do hábito de beber. Nada mais pernicioso, que associar este hábito `a prática esportiva ou a assistência de espetáculo esportivo, na condição de torcedor.

Num país em que o esporte e, sobretudo, o futebol, é uma paixão nacional, o torcedor é induzido a consumir, associando as bebidas aos seus clubes prediletos ou às seleções nacionais.

O apoio ao esporte, como política pública, está associado à qualidade de vida e à saúde da população. Fazê-lo com a divulgação propagandistica das bebidas alcóolicas anula seu objetivo.

Sala das Sessões, em 21 de junho de 2000

Deputada TETÊ BEZERRA

PROJETO DE LEI Nº 3.262, DE 2000
(DO SR. ALBERTO FRAGA)

Dispõe sobre a proibição de venda de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e nas suas imediações nos dias de jogos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA.

Art. 1º Fica proibido a venda, a comercialização, o porte e ingestão de bebidas alcóolicas nos estádios de futebol, nos dias de jogos, profissionais ou amadores.

Parágrafo único. A proibição prevista neste artigo estende-se aos autônomos e aos estabelecimentos situados nas imediações dos estádios.

Art. 2º O descumprimento desta lei implicará em sanção administrativa e financeira, nos termos da regulamentação.

Art3º Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Tem sido constante a violência nos estádios de futebol, e a grande causa dessas ações desordenadas têm sido, de maneira comprovada, a ingestão de bebidas alcóolicas, que são vendidas dentro dos estádios ou nas imediações.

Faz-se mais do que necessário a regulamentação dessa situação para que as famílias possam estar novamente reunidas torcendo pelos seus times de coração.

O poder público não pode ficar inerte diante desse quadro de violência que vem aos poucos destruindo esse patrimônio do povo brasileiro, o nosso querido futebol, orgulho de todo o povo brasileiro.

Temos a certeza que com a tramitação da propositura, ela será aperfeiçoada e o Brasil cada vez mais projetado no cenário desportivo internacional, como nação civilizada.

Sala das Sessões, em 15 de junho de 2.000

21/06/00

DEPUTADO ALBERTO FRAGA

PROJETO DE LEI Nº 3.354, DE 2000
(DO SR. EDINHO ARAÚJO)

Proíbe servir bebida alcoólica no interior de aeronaves comerciais.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º - É proibido servir bebidas alcoólicas aos passageiros em vôo comercial regular ou sob regime de fretamento para turismo.

Art. 2.º - O descumprimento ao disposto no artigo anterior acarretará pena de multa, suspensão da permissão para operar trecho em foi verificado o descumprimento e, em caso de reincidência, cassação da permissão.

Art. 3.º - Os funcionários da empresa aérea responsável pelo vôo referido no artigo 1.º poderão impedir o ingresso na aeronave de pessoa alcoolizada ou portando bebida alcoólica.

Art. 4.º - O Departamento de Aviação Civil – DAC, do Ministério da Aeronáutica, ou órgão que venha a substituí-lo, fica responsável pela fiscalização do cumprimento da presente lei.

Art. 5.º - O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei no prazo de 30 dias a contar de sua publicação.

Art. 6.º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O consumo de bebida alcoólica no interior de aeronaves comerciais tem sido causa de sérios transtornos a tripulantes e passageiros.

Estudos citados por reportagem do jornal "Folha de São Paulo" de 18 de março de 1999 revelam que, durante uma viagem de avião, por causa da pressão e da pressurização no interior da aeronave, a absorção de oxigênio pelo organismo humano fica menor e o consumo de álcool ocasiona uma embriaguez muito

mais rápida, já que o álcool é um inibidor da presença de oxigênio no sistema nervoso central. Isto significa, por exemplo, que uma dose de uísque a 8 mil pés de altura (cerca de 2.400 metros) provoca efeito equivalente a três doses ingeridas ao nível do mar.

Não por acaso, portanto, é que a Organização Internacional de Aviação Civil, que atua em 190 países, recomenda a limitação ao consumo de álcool durante os vôos, de acordo com a referida reportagem.

O número de problemas relacionados a atitudes de passageiros embriagados a bordo de aeronaves é alarmante. A Associação Internacional de Transporte Aéreo, que reúne as maiores empresas aéreas do mundo, registrou que, desde 1995, houve um aumento de 400% no número de casos envolvendo "passageiros inconvenientes" a bordo de aviões comerciais, o que significa a ocorrência estimada de 2.000 casos por ano em todo o mundo.

Nos Estados Unidos, o Comitê de Aviação do Senado ouviu, em 1998, testemunhos de comissárias de bordo agredidas por passageiros. Apenas em 1997, houve 921 incidentes, sendo 207 agressões físicas. Uma aeromoça teve a bacia quebrada, outra foi espancada.

No Brasil não há estatísticas, mas, de acordo com o Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias, nos casos em que há comportamento inconveniente de passageiros, cerca de 60% se relacionam com o álcool.

Em 1998, a Associação dos Comissários da Varig chegou a lançar uma campanha de conscientização sobre os efeitos de bebidas alcoólicas durante os vôos. O presidente do Sindicato dos Aeronautas, Luiz Collares, afirma que os incidentes são comuns, mas, na maioria dos casos, o problema não é levado à Polícia Federal.

Uma comissária da Vasp, ouvida pela "Folha de São Paulo" na referida matéria, afirma que já presenciou vários tipos de agressão de passageiros contra a tripulação. Seu relato: "*Uma vez, um passageiro que já estava alterado pelo álcool não teve a menor dúvida em agarrar uma comissária. Mas os casos de agressão e assédio verbal são muitos, além de atitudes como nos segurar forte pelo braço. Há casos em que a pessoa tenta invadir a cabine do comandante*".

Por todo o exposto, por ser medida que conferirá maior tranqüilidade e segurança a tripulantes e passageiros, a proibição de ser servida bebida alcoólica a bordo de aeronaves comerciais é medida de extrema justiça e interesse social. Por tudo isso, contamos com a aprovação do presente projeto pelos colegas parlamentares.

Sala das Sessões, 27 de junho de 2000.

Deputado EDINHO ARAÚJO

PROJETO DE LEI Nº 3.423, DE 2000
(DO SR. DE VELASCO)

Dispõe sobre a proibição de veiculação nas emissoras de televisão de imagens de pessoas fumando ou portando cigarros acesos nos horários que especifica.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É acrescentado à Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, novo artigo com a seguinte redação:

"Art. 3º (A) - É vedada a veiculação pelos meios de comunicação social (emissoras de televisão, jornais, revistas ou quaisquer outros meios de difundir imagem) de programação, fotografias ou desenhos contendo imagens de pessoas, fumando ou portando cigarros acesos".

Parágrafo Único – Excetuam-se, desta proibição os anúncios ou ilustrações que procuram mostrar ou divulgar os malefícios do tabagismo.

Art. 2º - Incorrerá em crime de desobediência civil, com as implicações penais daí advindas, se a imagem divulgada for de personalidade artística ou política cuja popularidade ou carisma possa servir de incentivo à imitação.

Art. 3º - O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias.

Art. 4º - Esta lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A aprovação da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, foi um passo fundamental no controle da propaganda de produtos fumígeros nos meios de comunicação social, importante mecanismo na busca da diminuição de consumo destes produtos, que, como é de conhecimento geral, provocam tantos males à saúde das pessoas.

A restrição a este tipo de propaganda nas emissoras de rádio e televisão está contida no art. 2º do referido diploma legal que limita sua veiculação ao horário compreendido entre vinte e uma horas e seis da manhã.

No entanto, tal medida, a nosso ver, não tem sido suficiente, uma vez que continuam sendo veiculadas, durante a programação diurna das emissoras de televisão, imagens de pessoas fumando ou portando cigarros, muitas vezes em cenas que associam poder, beleza ou masculinidade ao hábito de fumar e que podem induzir ao consumo jovens, principais telespectadores deste horário.

Assim sendo, a proposta que ora apresentamos pretende alterar a Lei nº 9294, acrescentando-lhe novo artigo que veda a veiculação destas imagens fora do horário compreendido entre vinte e uma horas e seis horas da manhã, mesmo período em que pode ser veiculada propaganda comercial de produtos fumígeros.

Esta nossa iniciativa contribuirá, com certeza, para diminuir o consumo de derivados do tabaco e, portanto, esperamos poder contar com o indispensável apoio de nossos pares para sua aprovação pela Câmara dos Deputados.

Sala das Sessões, em de de 2000.

02/03/00

De Velasco
Deputado Federal

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2 conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

*** Vide Medida Provisória n° 2.039-19, de 28 de julho de 2000**

.....

.....

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.039-19, DE 28 DE JULHO DE 2000

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

.....

§ 6º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.451, DE 2000
(DO SR. BISPO RODRIGUES)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas pelos postos revendedores de combustível e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas pelos postos revendedores de combustível e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas em caso de infração.

Art. 2º Fica proibida a comercialização de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, pelos postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não.

Parágrafo único. A proibição expressa no *caput* aplica-se também a qualquer estabelecimento comercial que tenha funcionamento anexo aos postos revendedores de combustível.

Art. 3º A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator, sucessivamente, às seguintes penalidades:

I – multa no valor de dez mil reais;

II – multa no valor de vinte mil reais e suspensão do alvará de funcionamento por trinta dias, no caso de reincidência.

§ 1º Os valores das multas de que tratam os incisos I e II do *caput* serão reajustados de acordo com o índice de atualização dos débitos fiscais.

§ 2º A fiscalização e eventual aplicação das penalidades fica a cargo do órgão ou entidade de trânsito com jurisdição sobre a via em que estiver situado o estabelecimento.

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de sessenta dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Está bastante disseminada nos centros urbanos brasileiros a prática da venda de água mineral, refrigerantes e bebidas alcoólicas pelos

postos revendedores de combustíveis. Além disso, multiplicam-se as chamadas "lojas de conveniência", situadas geralmente em anexo aos referidos postos e que comercializam uma extensa gama de produtos, com destaque para petiscos e bebidas em geral. Muitas vezes, encontramos motoristas bebendo no próprio pátio do posto, enquanto esperam a realização de algum serviço em seus veículos. Fora das áreas urbanas, por outro lado, é corriqueiro encontrarmos, junto aos postos de combustível, restaurantes, bares e lanchonetes onde a comercialização de bebidas alcoólicas se faz sem a menor restrição.

Sabe-se que o número de acidentes de trânsito no Brasil é muito alto, mesmo depois da adoção do novo Código de Trânsito Brasileiro. Sabe-se, outrossim, que a ingestão de bebidas alcoólicas pelos motoristas é um dos principais fatores causadores de acidentes. O custo social desses acidentes, vale ressaltar, é altíssimo, tanto no que conceme às despesas médico-hospitalares com os acidentados, como em relação ao pagamento de pensões para os casos de morte e invalidez decorrentes dos acidentes.

A tolerância com tal situação encontra-se na contramão da necessidade de coibir a ocorrência de motoristas alcoolizados no trânsito, como forma de diminuir a incidência de acidentes. Entendemos que a comercialização de bebidas alcoólicas nesses estabelecimentos induz os motoristas a um comportamento de risco e nem sempre a fiscalização de trânsito consegue flagrar a tempo os condutores embriagados.

Por esta razão, estamos propondo à apreciação da Casa este projeto de lei, que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, pelos postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não. A mesma proibição estende-se a qualquer estabelecimento comercial que tenha funcionamento anexo aos postos revendedores de combustível. Para garantir a eficácia da medida, estamos prevendo a aplicação de penalidades aos estabelecimentos infratores.

Com isso, estamos certos de estarmos contribuindo para a melhoria das condições de segurança em nossas vias públicas. Esperamos, pois, contar com o decisivo apoio da Casa para a transformação em lei desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2000.

09/08/00

Deputado BISPO RODRIGUES

PROJETO DE LEI Nº 3.463, DE 2000
(DO SR. ODELMO LEÃO E OUTROS)

Estende restrições a propaganda comercial de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1° A propaganda de toda e qualquer bebida alcoólica somente poderá ser feita em anúncios e cartazes fixados nas dependências internas dos estabelecimentos legalmente autorizados e credenciados para proceder à sua comercialização.

Art. 2° Os estabelecimentos credenciados deverão exibir, em local de boa visibilidade, as advertências sobre os malefícios e riscos causados pelo consumo de bebidas alcoólicas.

Art. 3° O credenciamento e fiscalização dos estabelecimentos autorizados legalmente para comercializar bebidas alcoólicas, será efetuado pelo competente órgão municipal de saúde pública.

Art. 4° O descumprimento desta lei implicará no descredenciamento do estabelecimento para a comercialização de bebidas alcoólicas, sem prejuízos de outras sanções penais previstas na legislação em vigor.

Art. 5° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 6° Revoga-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Não há sentido em se proibir apenas a publicidade do fumo.

Se o argumento é o de proteção à saúde pública, não há razões para se proibir somente o fumo, quando, como já comprovou há muitos anos, a Organização Mundial de Saúde (OMS), as bebidas alcoólicas, trazem maior impacto negativo sobre a saúde da população mundial do que o fumo.

inclua-se o alcool nas restrições de propaganda comercial ou não se imponha nenhuma restrição à publicidade desses produtos. Porque, caso contrário, estaremos estabelecendo uma discriminação, que além de inconstitucional é hipócrita.

A Resolução nº 3.240, de 1983, da Assembléia Mundial de Saúde, afirma que "os problemas relacionados ao consumo de álcool estão classificados entre os principais problemas de saúde a nível mundial e constitui sério risco para a saúde, o bem estar e a vida humana".

Livro publicado em 1999, pelo Departamento de Abuso de Substâncias da Organização Mundial de Saúde, relata pesquisa realizada em oito países em desenvolvimento, incluindo o Brasil, revelando de modo consistente que:

1. Houve acentuado aumento do consumo de bebidas alcoólicas e do número de problemas relacionados ao álcool;

2. Caracterizou-se novo e rápido desenvolvimento de novos contingentes de consumidores (especialmente entre jovens e mulheres em áreas urbanas);

3. Aumentou a influência das empresas multinacionais na fabricação e distribuição de bebidas alcoólicas;

4. Ampliou-se a existência de varejistas não licenciados, bem como de produções ilegais e adulterações com aditivos perigosos;

5. Aumentou significativamente a disponibilidade de bebidas alcoólicas.

O mesmo relatório da OMS ressalta que o Brasil é uma exceção ao não exigir licença para a comercialização de bebidas alcoólicas, bem como ao permitir a livre propaganda de bebidas com menos de treze graus de teor alcoólico.

Os principais problemas de saúde relacionados ao consumo excessivo de álcool mencionados no citado relatório foram: cirrose hepática, pancreatite crônica, desordem mental, câncer do esôfago e hipertensão.

O consumo de cerveja no Brasil em 1995 foi de 7,5 bilhões de litros, equivalente a 2,5 vezes a mais do que em 1985, dobrando o consumo per capita em dez anos.

Dados do Instituto Médico Legal de São Paulo entre 1986 e 1993 sobre análises toxicológicas no caso de mortes não naturais identificaram a presença de álcool no sangue de 18.263 vítimas, enquanto a cocaína estava presente em 407 vítimas.

Relatório de 1997, da Escola Paulista de Medicina, sobre o uso de drogas entre estudantes de primeiro e segundo grau em dez capitais brasileiras, informa que "no Brasil o álcool é responsável por mais de 90% das internações hospitalares por dependência, além de aparecer em 70% dos laudos cadavéricos das mortes violentas".

Entre os estudantes pesquisados, o álcool é a droga mais amplamente utilizada. Muito a frente da segunda colocada.

Quase 30% dos jovens pesquisados já usaram bebidas alcoólicas até se embriagar.

No estudo realizado em 1997, constatou-se que após beber, 11% dos jovens se envolveram em brigas.

Sabe-se por meio da literatura internacional que entre 10 a 12% da população mundial é dependente de álcool, sendo este, seguramente a droga que mais danos traz à sociedade.

Comunicado de agosto de 1996, da Organização Mundial de Saúde, trazendo estatísticas disponíveis para a OMS, revela que, anualmente, ocorrem 750.000 mortes relacionadas ao álcool.

Doenças e acidentes relacionados ao álcool respondem por 3 a 4% do total de ocorrências de doenças e acidentes no mundo. O álcool é um fator significativo nas admissões nos hospitais, mortes de trânsito, acidentes nas indústrias, afogamentos, homicídios e suicídios.

A morbidade (incidência de enfermidade em determinada região) e a incapacidade física, resultante do uso exagerado do álcool, é um dos principais problemas em quase todos os países do mundo, além dos problemas causados ao indivíduo, o álcool está implicado em uma variedade de problemas sociais, incluindo-se a violência doméstica, destruição da família, falta ao trabalho e maltrato à crianças.

As mulheres também estão expostas a maiores riscos, relacionados ao álcool, devido as diferenças de suas condições físicas com relação ao peso do corpo e a composição do

tecido gorduroso. As mulheres sofrem uma maior concentração de álcool no sangue do que o homem para a mesma quantidade de álcool consumida.

Estudos do Instituto Nacional do Câncer, demonstram que o alcoolismo além de agente causal de cirrose hepática, em interação com outros fatores de risco, como, por exemplo, o vírus da hepatite b, está relacionado a 2 a 4% das mortes por câncer.

Aquele Instituto revela ainda que estatísticas têm demonstrado que o tipo de bebida (cerveja, vinho, cachaça, etc) é indiferente, na ocorrência de problemas de saúde.

Finalmente, volto ao início desta justificação, para ressaltar que a restrição apenas à propaganda de um produto envolve uma discriminação entre atividades econômicas legais, o que é expressamente vedado no título da ordem econômica e financeira da Constituição Federal, que especificamente assegura a todos o livre exercício de atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos.

Só faz sentido, portanto, se a restrição legal a propaganda comercial, se aplique também, às bebidas alcóolicas.

Sala das Sessões, em 09 de agosto de 2000

Odelmo Leão
Deputado Federal

PROJETO DE LEI Nº 3.583, DE 2000
(DO SR. PAULO JOSÉ GOUVÊA)

Proíbe a divulgação da prática do tabagismo e do consumo de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a divulgação da prática do tabagismo e do consumo de bebidas alcoólicas na programação das emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, nos termos desta lei.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditada dos seguintes artigos:

"Art. 5 A. Não poderão apresentar-se fumando, consumindo bebida alcoólica, ou portando qualquer produto derivado do tabaco e do álcool, os apresentadores, os entrevistados de programas de qualquer natureza, bem como os atores e figurantes de eventos gravados ao vivo.

Art. 5 B. A veiculação de películas cinematográficas, teleteatros e programas seriados que apresentem personagens ou figurantes fumando ou consumindo bebida alcoólica ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e três e as cinco horas."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 1996, limita a publicidade de tabaco e de bebidas alcoólicas, mas não restringe adequadamente a prática do merchandising.

No entanto, este é um forte mecanismo de propaganda para tais produtos. Durante décadas, as empresas fabricantes de cigarros, por exemplo, financiaram filmes cujos personagens aparecessem fumando. Mais que uma propaganda em sentido explícito, trata-se de uma forma de tornar socialmente aceito o vício do tabagismo. A mesma prática foi adotada no que diz respeito ao consumo do álcool.

Porém, em virtude dos terríveis males provocados pelo tabagismo e pelo alcoolismo, é preciso que a sociedade brasileira prossiga em sua luta para restringir tais vícios. A nosso ver, um dos mecanismos para tal é impedir a veiculação de programas que ilustrem o consumo desses produtos.

Apresentamos, portanto, esta proposição, que insere nas disposições da Lei nº 9.294, de 1996, a proibição de apresentar pessoas fumando ou bebendo nos programas gravados ao vivo. No caso de filmes e seriados, estamos limitando o horário de veiculação, uma vez que obras clássicas do cinema, de elevado valor cultural, apresentam personagens que fumam ou bebem, até mesmo como crítica a tais hábitos.

Esperamos, assim, contribuir para o aperfeiçoamento da matéria e pedimos, portanto, o apoio dos ilustres Pares à proposta.

Sala das Sessões, em 13 de Setembro de 2000.

Deputado PAULO JOSÉ GOUVEA

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2 e 4, 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.3 desta Lei.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.619, DE 2000
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Dá nova redação a dispositivos da 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.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1°. A Lei n.° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

" Art. 4°. Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas por intermédio de pôsteres, painéis e cartazes internos.

.....

§ 3°. As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis e cartazes internos, que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

Art. 4°-A. É proibida a propaganda, a venda e a distribuição de amostra grátis e brindes de bebidas alcoólicas, pelo correio.

Art. 5°. Fica proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes dos produtos referidos no art. 4°."

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

JUSTIFICATIVA

A presente proposição tem por escopo dar seguimento às restrições ao uso e à propaganda de bebidas alcoólicas.

Dados coletados pelo Ministério da Saúde indicam um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada.

Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao alcoolismo.

Conto com o devido apoiamento por parte de todos os meus pares na rápida aprovação de importante e justa providência social.

Sala das Sessões, 04 de outubro de 2000.

Deputado Lincoln Portela
PSL/MG

LEI Nº 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.

.....

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".

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.062, DE 2001
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Dispõe sobre a proibição de comercialização de bebidas alcoólicas em estádios de futebol e ginásios esportivos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a comercialização e o uso de bebidas alcoólicas no interior de estádios de futebol, ginásios e praças de esportes, assim como no raio de 500 (quinhentos) metros de sua localização, por ocasião dos eventos esportivos.

Parágrafo único. Será impedida de ingressar no estádio de futebol ou ginásio de esportes, qualquer pessoa que porte recipiente que contenha bebida alcoólica.

Art. 2º O descumprimento do previsto no art. 1º implicará:

I – para o agente que usar ou portar bebida alcoólica:

a) multa no valor de um salário mínimo;

b) penas de restrições de direitos previstas no art. 43 do Código Penal.

II – para o agente que comercializar bebida alcoólica:

a) apreensão dos recipientes que contenham bebidas alcoólicas;

b) multa no valor de dez salários mínimos;

c) penas de restrições de direitos previstos no art. 43 do Código Penal.

Art.3º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Um dos maiores desafios do milênio que se inicia é a reinserção de valores na vida cotidiana, de maneira a conciliar o desenvolvimento com a qualidade de vida. Não se pode aceitar a violência como um subproduto do desenvolvimento. Não é concebível criar espaços onde seja tolerada a violência. Muito menos quando estes espaços referem-se ao futebol, esporte que se tornou uma paixão nacional e um elemento da identidade do brasileiro.

Com o aumento da violência vêem-se cada vez menos famílias nas arquibancadas, tomadas por torcidas organizadas, que freqüentemente envolvem-se em conflitos. Ocasionalmente, dão-se tragédias como a ocorrida em 1995 no estádio do Pacaembu, em São Paulo, que vivenciou verdadeira batalha campal entre torcedores de Palmeiras e São Paulo. É simbólico que tal barbárie tenha se dado em frente à Praça Charles Müller, que trouxe o futebol para o País.

É comum que, verificadas as causas dos tumultos, encontre-se a ingestão de bebidas alcoólicas.

Não se pretende apregoar o moralismo.

O legislador reconhece situações em que a bebida, por seu potencial de gerar conflitos, é proibida. É o que se dá, por exemplo, nos dias de eleições. Ora, em nosso país a paixão partidária não é maior que a paixão esportiva. Nada impede que o torcedor após a partida, em sua casa ou espaços próprios para tanto, beba moderadamente, para comemorar a vitória ou esquecer a derrota.

Sala das Sessões, em 07 de fevereiro de 2001.

Deputado RONALDO VASCONCELLOS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CEDI

DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940

CÓDIGO PENAL

.....

PARTE GERAL

.....

TÍTULO V
DAS PENAS

CAPÍTULO I
DAS ESPÉCIES DE PENA

.....

Seção II
Das Penas Restritivas de Direitos

Penas restritivas de direitos

Art. 43. As penas restritivas de direitos são:

** Artigo, "caput" com redação dada pela Lei nº 7.209, de 11 de julho de 1984.*

I - prestação pecuniária;

** Inciso I com redação dada pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998.*

II - perda de bens e valores;

** Inciso II com redação dada pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998 .*

III - (Vetado).

IV - prestação de serviço à comunidade ou a entidades públicas;

** Inciso IV com redação dada pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998 .*

V - interdição temporária de direitos;

** Primitivo inciso II passado a inciso V pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998.*

VI - limitação de fim de semana.

** Primitivo inciso III passado a inciso VI pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998.*

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.273, DE 2001
(DO SR. JAIR BOLSONARO)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias, defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220, da Constituição Federal", para proibir o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves comerciais.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994).

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivos à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias, defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220, da Constituição Federal", para proibir o consumo de bebida alcoólica em aeronaves comerciais, definindo as penalidades aplicáveis em caso de descumprimento da norma.

Art. 2º A Lei nº 9.294/96 passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

"Art. 2º-A É proibido o consumo de bebida alcoólica em aeronaves comerciais, que realizem vôos regulares ou fretados, em todo o território nacional.

"Parágrafo único. A proibição de que trata o caput deve ser informada aos passageiros durante a exposição oral das instruções de segurança, realizada no início de cada trecho voado.

"....."

"Art. 9º-A O descumprimento do disposto no art. 2º-A sujeita a empresa concessionária do serviço de transporte aéreo à multa no valor de R$ 500,00 (quinhentos reais), a ser aplicada pelo poder concedente.

"Parágrafo único. A mesma multa referida no caput aplica-se no caso de infração cometida por passageiro que consumir bebida alcoólica própria."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A ocorrência de distúrbios provocados por pessoas alcoolizadas a bordo de aeronaves não é fenômeno raro. Quando isso acontece, os demais passageiros, e até mesmo a tripulação, ficam à mercê de atitudes inconvenientes e constrangedoras, o que pode, até mesmo, significar problemas para a segurança do vôo.

Quando isso acontece, segundo o Sindicato Nacional das Empresas Aéreas, o passageiro tem que ser retirado do avião pela Polícia Federal, procedimento que causa atrasos, particularmente nas rotas em que não há escalas previstas. Como medida paliativa, algumas empresas já procuram limitar o consumo de bebida alcoólica por passageiro, o que, infelizmente, tem produzido pouco efeito prático, considerando a dificuldade em estabelecer o teto aceitável.

Este projeto de lei, ao proibir o consumo de bebida alcoólica em aeronaves comerciais, que realizem vôos regulares ou fretados, em todo o território nacional, objetiva reduzir as ocorrências desagradáveis a bordo dos vôos, contribuindo, assim, para a melhoria das condições de segurança do transporte aéreo. Para garantir a eficácia da medida, estamos prevendo a aplicação de multa aos infratores, sejam eles companhias aéreas, sejam os próprios passageiros.

Para atender ao que dispõe a Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, que "dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona", a proposta foi elaborada na forma de alteração à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, conhecida como "Lei Antifumo", que estabelece restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

Na certeza de que encontraremos eco para as nossas preocupações acerca da segurança no transporte aéreo, estamos oferecendo à apreciação da Casa esta proposição, que esperamos ver brevemente transformada em lei.

Sala das Sessões, em 14 de março de 2001.

Deputado JAIR BOLSONARO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CEDI"

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO IV
DA ORGANIZAÇÃO DOS PODERES

CAPÍTULO I
DO PODER LEGISLATIVO

.....

Seção VIII
Do Processo Legislativo

Subseção I
Disposição Geral

Art.59. O processo legislativo compreende a elaboração de:
I - emendas à Constituição;
II - leis complementares;
III - leis ordinárias;
IV - leis delegadas;
V - medidas provisórias;
VI - decretos legislativos;
VII - resoluções.

Parágrafo único. Lei complementar disporá sobre a elaboração, redação, alteração e consolidação das leis.

.....

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. 5, 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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art.2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 demais veículos de transporte coletivo.

** § 2º com redação dada pela Lei 10.167, de 27 12 2000*

Art.3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

.....

Art.9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

** Inciso V com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

** Inciso VI acrescido pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

** § 4º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000*

§ 5º (VETADO)

** § 5º acrescido pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

Vide Medida Provisória Nº 2.134-27, de 23 de Fevereiro DE 2001.

.....

.....

LEI COMPLEMENTAR Nº 95, DE 26 DE FEVEREIRA DE 1998

DISPÕE SOBRE A ELABORAÇÃO, A REDAÇÃO, A ALTERAÇÃO E A CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS, CONFORME DETERMINA O PARÁGRAFO ÚNICO DO ART. 59 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL, E ESTABELECE NORMAS PARA A CONSOLIDAÇÃO DOS ATOS NORMATIVOS QUE MENCIONA.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei Complementar:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art.1º A claboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis obedecerão ao disposto nesta Lei Complementar.

Parágrafo único. As disposições desta Lei Complementar aplicam-se, ainda, às medidas provisórias e demais atos normativos referidos no art. 59 da Constituição Federal, bem como, no que couber, aos decretos e aos demais atos de regulamentação expedidos por órgãos do Poder Executivo.

Art.2º (VETADO)

§ 1º (VETADO)

§ 2º Na numeração das leis serão observados, ainda, os seguintes critérios:

I - as emendas à Constituição Federal terão sua numeração iniciada a partir da promulgação da Constituição;

II - as leis complementares, as leis ordinárias e as leis delegadas terão numeração seqüencial em continuidade às séries iniciadas em 1946.

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-27, DE 23 DE FEVEREIRO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

....."" (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.424, DE 2001
(DO SR. DR. HÉLIO)

Acrescenta o inciso I ao § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo o uso nas embalagens de cigarros e derivados das expressões "light" e "suave".

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O CONGRESSO NACIONAL Decreta:

Art. 1° Inclui-se o inciso I ao § 3º do art. 3º, da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

Art. 3º.....

§ 3º .....

I - as embalagens a que se refere o parágrafo anterior, não poderão conter as expressões "light" e/ou "suave", e/ou expressões similares.

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

JUSTIFICAÇÃO

Inúmeras tem sido as tentativas do governo, organismos de saúde e organizações não-governamentais em alertar sobre os males do fumo, sem que, de forma efetiva, o número de fumantes tenha revelado uma redução significativa.

Preocupação constante da Organização Mundial de Saúde, o tema vem ganhando na Europa e EUA um clima de guerra cada vez mais explícita, onde p.ex., os termos mencionados nesta proposição estão para ser abolidos, uma vez que não têm nenhuma relação quanto à redução dos efeitos nocivos do fumo, mas sim quanto ao seu sabor. O que demonstra de forma ainda mais clara os artifícios usados pelos fabricantes para iludir e provocar a falsa sensação de que aquele cigarro faz menos mal que outro.

Num país onde cerca de 80 mil pessoas morrem precocente a cada ano e os jovens – especialmente as mulheres -, são cada vez mais atraídos pela industria tabagista, justa é também esta forma de alerta e prevenção.

Assim, contamos com especial apoio dos colegas para esta proposição.

Sala das Sessões, 03 de abril de 2001.

DEPUTADO Dr. HÉLIO

PDT/SP

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27.12.2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27.12.2000.*

Art. 3-A. Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo.

** Artigo acrescido pela Lei n° 10.167, de 27.12.2000.*

Art. 3-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. 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. 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.

*** Vide Medida Provisória nº 2.134-28, de 27 de março de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-28, DE 27 DE MARÇO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 3º Fica criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, autarquia sob regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde, com sede e foro no Distrito Federal, prazo de duração indeterminado e atuação em todo território nacional.

....."(NR)

"Art. 7º .....

.....

VII - autorizar o funcionamento de empresas de fabricação, distribuição e importação dos produtos mencionados no art. 8º desta Lei e de comercialização de medicamentos;

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 928, DE 2003

(Do Sr. Julio Lopes)

Proíbe a inscrição dos termos "ligth", "suave" ou semelhantes nos maços de cigarros e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PL-4424/2001.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Fica proibida a comercialização de cigarros que contenham em seus maços as inscrições **"light", "suave"**, ou qualquer outra que intente informar ao consumidor que aquele produto tenha menores teores de substâncias cancerígenas do que os comercializados com os teores considerados padrão.

§ 1° Cada marca de cigarro obedecerá um mesmo padrão visual, não podendo a mesma marca ser comercializada por meio de maços com cores, dizeres ou logotipos diferentes daquela padronizada para a mesma marca.

§ 2° O não cumprimento do estabelecido neste artigo constitui crime contra as relações de consumo, na forma dos **arts. 68 e 75**, da **Lei n° 8.078**, de **11** de Setembro de **1990 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor**.

Art. 2° A indústria de cigarros tem o prazo de **12** meses, a partir da publicação deste Lei para adaptar os maços de cigarros às novas exigências.

Parágrafo único: Os produtos que, no prazo determinado por este artigo, não estiverem adaptados a esse modelo serão retirados do mercado.

Art 3° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É sabido e cientificamente provado que cada cigarro contém na sua fórmula mais de **4.700** mil substâncias tóxicas. Não bastasse isso, a cada dia que se passa descobrem-se mais elementos tóxicos adicionados ao fumo, que entram em contato , não só com os fumantes ativos, mas também com os passivos.

Vemos no mundo , notadamente, nos países mais desenvolvidos um forte combate ao consumo de cigarros, hoje considerado uma das maiores epidemias mundiais e, conseqüentemente , um dos maiores responsáveis pelo excessivo gasto que os Estados mantém na área de saúde repressiva.

Tal epidemia toma números alarmantes. Dados divulgados pela Sociedade Americana do Câncer – American Câncer Society – demonstraram que só em 2001, os mortos por câncer de pulmão nos Estados Unidos chegaram a **96.400** homens e **67.000** mulheres. O mesmo estudo revelou que o câncer de pulmão já representa o segundo tipo de tumor mais diagnosticado nos Estados Unidos, ficando atrás apenas do de mama entre as mulheres e o da próstata entre os homens. Ressalte-se que o fumo é também um dos agentes causadores destes dos últimos tipos de câncer.

Sabemos que as substâncias maléficas, conduzidas por cada cigarro fumado, podem atingir a todo o organismo humano: desde os olhos, provocando a cegueira por catarata ou por alteração da retina e, até a bexiga, provocando câncer, gastrite, úlcera de estômago ou de intestino, câncer do rim e do pâncreas (doenças hoje claramente associadas ao tabagismo). Atingem também a boca e a laringe, além do esôfago e do colo do útero.

O enfisema pulmonar e a bronquite crônica, também causados pelo fumo, levam o indivíduo a progressivamente ficar inválido, causando-lhe, a posteriori, uma morte lenta e cruel.

Estes elementos cancerígenos, já restou provado, podem aparecer após a inalação da fumaça do cigarro, pelas mais diversas formas. Podem ser pelos agrotóxicos usados na lavoura do fumo, inseticidas para a proteção das folhas do tabaco e podem se desenvolver durante a própria queima do fumo do cigarro ou do papel que o envolve. Esta queima se dá entre 800 a 1200 graus Celsius, temperatura da brasa na ponta do cigarro. A tal temperatura inúmeras substâncias se combinam, desencadeando o surgimento de novas substâncias, por pirólise ou pirossíntese, antes inexistentes na fumaça. Tudo isso penetra no organismo.

Sabe-se hoje que nem os filtros, lançados pela indústria de cigarros por volta de 1950, com o intuito de disseminar a diminuição do perigo do cigarro, mostraram-se eficazes, não diminuindo o número de óbitos pelo tabagismo. Ao contrário, apesar da redução do alcatrão, o número de óbitos aumentou pelas doenças do coração e do cérebro, pelo incremento em 30% do teor de monóxido de carbono na fumaça, provocado pelo filtro, pois as fibras do filtro (acetato de celulose) são também aspiradas pelo fumante.

Não bastassem esses dados alarmantes, vemos hoje a indústria do cigarro tentando cada vez mais burlar a boa-fé do consumidor. Se antes veio o filtro e após o alto investimento em propaganda, tentando atrair cada vez mais a população jovem para o vício – e para tanto utilizando-se da figura do galã bem sucedido, do carrão e das mulheres bonitas, além de tentar demonstrar um falso status social advindo do cigarro -, hoje o que vemos é mais uma vez a indústria enganando o consumidor ao anunciar o prazer com os mais "baixos teores" de nicótica e alcatrão, induzindo-o ao consumo por achar-se mais protegido dos malefícios do vício.

Nessa verdadeira guerra da indústria tabagista contra a saúde pública, ganhou espaço o Estado, no caso brasileiro, quando recentemente, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) proibiu a venda de derivados de fumo pela internet e estabeleceu que a publicidade desse tipo de produto só pode ser feita do lado de dentro do estabelecimento comercial, próximo de onde o produto está exposto. Porém, o mais

importante dessas recentes medidas é a obrigatoriedade de que uma das laterais do maço de cigarros, ocupando três quartos do produto traga o seguinte aviso " Esse produto contém mais de **4.700** substâncias tóxicas. Nicotina causa dependência física e psíquica. Não existe nível seguro para o consumo dessas substâncias".

Este nosso projeto de lei procura ir mais além na luta contra o tabagismo ao proibir nos maços de cigarros as inscrições **"light", "suave"** ou semelhantes, além de determinar a padronização dos maços de cigarros relativos a cada uma das marcas. A indústria do cigarro, em mais uma de suas formas de atrair o fumante, faz uma falsa propaganda, iludindo o consumidor que, ao ser informado por meio dessa linguagem que aquele tipo de cigarro tem menor teor de nicotina e alcatrão, o observa somente sob essa ótica, porém sem saber que embora menores, os índices ali de nicotina e alcatrão surtem o mesmo efeito maléfico ao organismo e que além disso não são essas as únicas substâncias causadoras do câncer e das doenças do aparelho respiratório. Existem, pelos estudos concluídos, ainda quase 5 mil outras substâncias que, combinadas levam o indivíduo ao óbito pelo uso do cigarro.

Por essas razões apresentamos o presente projeto de lei para o qual solicitamos o fundamental apoio dos nobres pares. A sua aprovação, pelo Congresso nacional, com certeza trará, de imediato, relevantes ganhos na luta do Estado contra o tabagismo, preservando-se assim milhares de vidas humanas e diminuindo sobremaneira os custos do Estado na área da Saúde, agindo dessa forma preventivamente em defesa do consumidor e da população em geral.

Sala das Sessões em, de 2003

DEPUTADO JULIO LOPES
PP/RJ

07/05/03

PROJETO DE LEI Nº 4.461, DE 2001
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

stabelece condições para a circulação e comercialização de bebidas alcoólicas

\PENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas farão constar, de maneira ostensiva, adequada, clara e precisa nas embalagens dos referidos produtos, as expressões:

I – "PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 ANOS";

II – "O USO IMODERADO DESTA SUBSTÂNCIA CAUSA DIVERSOS MALES À SUA SAÚDE".

§ 1º Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito desta lei, no que tange ao inciso II, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

§ 2º Ficam proibidas a circulação, para a distribuição interna e a comercialização de produtos cujos rótulos ou embalagens não estejam de acordo com o disposto neste artigo.

Art. 2º Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas adequarão as embalagens dos seus produtos ao exigido nesta lei no prazo de cento e oitenta dias a contar da data de sua publicação.

Parágrafo único. As bebidas cujo lote de produção for anterior à publicação desta lei não serão atingidas.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O projeto de lei que apresentamos tem como escopo, após a devida tramitação dos atos processuais legislativos, estabelecer condições, aos fabricantes e distribuidores, para circulação e comercialização de bebidas que contenham substâncias etílicas, bem como proteger os consumidores de tais substâncias.

Para tanto, à luz dos arts. 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal, ambos regulamentados pela Lei Federal nº 8.078/90, que dispõe sobre a proteção do consumidor de bens e serviços e dá outras providências, busco disciplinar, especificando a supra-referida Lei Federal, a distribuição e comercialização de bebidas para o consumo humano.

Desta forma, o duplo efeito procurado pelo presente projeto de lei é chamar a atenção, de forma geral, sobre os males causados à saúde pelo uso imoderado de bebidas alcoólicas, e, de forma específica, dos menores de idade que são proibidos de consumirem tais substâncias.

São direitos básicos do consumidor, entre outros, tal como preleciona o Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal nº 8.078/90 -, Capítulo III, em seu art. 6º, I, II, III, a proteção da vida, a proteção contra produtos nocivos à saúde, a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, etc. Também, consubstanciando o referido artigo, os Capítulos IV e V, arts. 8º, 9º e 31 discrimina os cuidados que devem ter aqueles que fornecem produtos que, de uma forma ou de outra, possam causar algum mal à saúde.

Quanto à proibição de venda de bebidas alcoólicas aos menores de idade, espelho-me nas letras da Lei Federal nº 8.069/90, na qual é vedado, expressamente, no art. 81, inciso II, a venda de bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes, estes discriminados no art. 2º da aludida lei.

Os brasileiros não pode prescindir desses direitos e dessas proteções, ainda mais quando sabemos os múltiplos distúrbios, pessoais e sociais, que o excesso do consumo pode causar, principalmente em jovens, que, em sua maioria, fazem apologia a uma substância sem saber os males provocados às suas vidas.

Em nível pessoal-individual, o álcool causa dependências físicas e psicológicas, o que, com o passar do tempo, deteriora diversos órgãos do corpo, prejudicando suas respectivas funções. Além disso, a dependência enseja incontáveis problemas familiares, instigando a violência doméstica muitas vezes.

Em nível social, os males são ainda mais patentes, na medida em que grande número das mortes ocorridas por violência estão relacionadas ao uso de álcool. É público e notório que, dos acidentes ocorridos em nossas vias públicas, grande parte deles deve-se ao uso imoderado e inadequado de álcool, vitimando outros inocentes que não contribuíram para o acidente.

Há que se lembrar, sem embargo do que já foi dito até aqui, que o presente projeto de lei não acarreta qualquer tipo de custo para o contribuinte, uma vez que fica a cargo da iniciativa privada respeitar a pretensa lei. Quiçá trará algum ônus no momento do repasse do novo e pequeno custo das empresas ao consumidor, mas é, indubitavelmente, insignificante ante os benefícios trazidos à coletividade.

Por derradeiro, nada mais justo que externar os objetivos teleológicos deste projeto de lei, quais sejam, não o de atenuar a demanda de bebidas alcoólicas postas no mercado consumidor, prejudicando produtores e distribuidores, quanto muito o de tornar ainda escasso, em nosso Estado, o emprego de recursos humanos; ao contrário, busco apenas mitigar patologias sociais, atenuando os altíssimos custos do Estado, em todas suas esferas, com a busca de sanar estas mazelas.

Sala das Sessões, em 05 de abril de 2001.

Deputado LUIZ BITTENCOURT

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

.....

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

.....

TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

.....

V - defesa do consumidor;

.....

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

DISPÕE SOBRE A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

.....

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO III
DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art.6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência;

IX - (Vetado).

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

.....

CAPÍTULO IV
DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS

Seção I
Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar os informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção II
Da Oferta

.....

Art.31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar *informações corretas, claras, precisas,* ostensivas e em lingua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

.....

LIVRO I
PARTE GERAL

.....

PARTE GERAL

TÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

.....

Art. 2º Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até 12 (doze) anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos de idade.

Parágrafo único. Nos casos expressos em lei, aplica-se excepcionalmente este Estatuto às pessoas entre 18 (dezoito) e 21 (vinte e um) anos de idade.

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.532, DE 2001
(DO SR. RAIMUNDO SANTOS)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas em caso de infração.

Art. 2º Fica proibida a comercialização de bebidas alcoólicas em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não.

Parágrafo único. Estão sujeitas à proibição expressa no *caput* tanto as bebidas alcoólicas fermentadas como as destiladas, de qualquer teor.

Art. 3º A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator, sucessivamente, à penalidade de multa no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), a ser aplicada pelo órgão ou entidade de trânsito com jurisdição sobre a via em que situar-se o estabelecimento.

Parágrafo único. Em caso de reincidência, a multa de que trata o *caput* será aplicada em dobro e o infrator ainda ficará sujeito às seguintes sanções:

I – suspensão do alvará de funcionamento por trinta dias, na primeira reincidência;

II – cassação do alvará de funcionamento, na segunda reincidência.

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

JUSTIFICAÇÃO

Fenômeno dos dias atuais, as chamadas "lojas de conveniência", que funcionam 24 horas por dia, multiplicam-se nos nossos centros urbanos. Geralmente funcionando anexas aos postos de combustíveis, essas lojas comercializam vários produtos, como jornais e revistas, cigarros,

petiscos e bebidas em geral. Embora tais estabelecimentos possam ser úteis à comunidade em geral, preocupa-nos a liberalidade com que eles vendem bebidas alcoólicas a condutores de veículos, incentivando o desrespeito à lei de trânsito.

Por outro lado, nas rodovias, a existência de bares, restaurantes e estabelecimentos similares funcionando junto a postos de combustíveis é muito comum. Embora importantes para o conforto dos viajantes em geral, julgamos inadmissível a comercialização de bebidas alcoólicas nesses estabelecimentos, o que põe em risco não apenas a vida dos próprios motoristas que consomem tais bebidas, mas também a de todos os demais usuários das vias.

É de conhecimento geral que o número de acidentes de trânsito no Brasil continua alto, apesar dos rigores do novo Código de Trânsito Brasileiro. Muitos desses acidentes, a propósito, devem-se ao consumo de bebida alcoólica pelos condutores de veículos. Sempre cabe lembrar que o custo social decorrente dessa situação é altíssimo e engloba desde a cobertura de despesas médico-hospitalares com os acidentados até o pagamento de pensões para os casos de morte e invalidez.

Na certeza de que a sociedade não pode ser tolerante com esse fato, estamos propondo à apreciação da Casa este projeto de lei, que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, de qualquer teor, em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não. Para que a medida não seja inócua, está prevista a aplicação de penalidades aos infratores.

Pretende-se, com a proibição, diminuir a incidência de condutores alcoolizados no trânsito, reduzindo, também, a ocorrência de acidentes, o que resulta em ganho para toda a sociedade.

Diante da importância social da proposta, esperamos contar com o decisivo apoio dos nobres membros desta Casa para a rápida transformação em lei da presente proposição.

Sala das Sessões, em 29 de abril de 2001.

Deputado RAIMUNDO SANTOS

PROJETO DE LEI Nº 4.745, DE 2001
(DO SR. JORGE PINHEIRO)

Proíbe a venda de bebida alcoólica em postos de abastecimento de combustível e estabelecimentos a eles vinculados e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei proíbe a venda de bebida alcoólica por postos de abastecimento de combustível e estabelecimentos comerciais a eles vinculados e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas em caso de infração.

Art. 2º Fica proibida a venda de bebida alcoólica nos postos de combustível, situados em área urbana ou não.

Parágrafo único. A proibição expressa no *caput:*

I – aplica-se também às lojas de conveniência , bares , restaurantes ou qualquer outro estabelecimento comercial localizados em área anexo ao posto de combustível.

II – abrange as bebidas alcoólicas fermentadas e as destiladas, de qualquer teor.

Art. 3º A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator a multa no valor de dez mil UFIR´s , aplicada em dobro em caso de reincidência , a ser imposta pelo órgão ou entidade de trânsito com jurisdição sobre a via em que estiver localizado o posto de combustível:

Parágrafo único. Além da multa de que trata o *caput* , o infrator também fica sujeito à:

I – suspensão do alvará de funcionamento por trinta dias, na primeira reincidência ;

II - cassação de alvará de funcionamento , na segunda reincidência.

Art. 4º Esta lei entra em vigor após decorridos trinta dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÂO

É notório que o consumo de álcool pelos condutores de veículos constitui um fator significativo de indução de acidentes de trânsito. Com base nessa constatação, o Código de Trânsito Brasileiro define como infração gravíssima dirigir veículo sob influência de álcool, em nível superior a seis decigramas por litro de sangue. Os infratores são punidos com multa de alto valor e com a suspensão do direito de dirigir . O CTB vai além, tipificando como crime " conduzir veículo automotor, na via pública, sob influência de álcool ou substância de efeitos análogos , expondo a dano potencial a incolumidade de outrem".

Contraditoriamente, observa-se que muitos postos de combustível vendem bebidas alcoólicas, seja diretamente , seja por intermédio de estabelecimentos , como bares e restaurantes, a eles vinculados espacialmente. Em áreas urbanas , por outro lado, multiplicam-se as lojas de conveniência, onde podem ser encontrados diversos produtos, como cigarros, alimentos e bebidas em geral. É comum essas lojas transformarem-se em pontos de encontro de jovens que consomem os produtos no próprio local.

Essa situação é muito preocupante. A liberalidade com que tais estabelecimentos vendem bebidas alcoólicas a condutores de veículos, incentivando o desrespeito à lei de trânsito, vai de encontro à necessidade de coibir a presença de motoristas alcoolizados no trânsito, como forma de diminuir a incidência de acidentes. A venda de bebidas alcoólicas estimula o consumo por parte dos motoristas e, consequentemente , aumenta os riscos de sinistros, pois nem sempre a fiscalização de trânsito consegue identificar e retirar de circulação os condutores alcoolizados antes que eles venham a provocar um eventual acidente, pondo em risco a própria vida e a de outros usuários da via.

Diante disso, é oferecido à apreciação da Casa a presente proposição que pretende corrigir essa situação que consideramos danosa à sociedade. Para tanto, pretende-se proibir a venda de bebida alcoólica, fermentadas ou destilada de qualquer teor , em postos de combustível e estabelecimentos comerciais a eles vinculados . Como garantia de eficácia, definem-se punições para os infratores.

Na certeza de que a medida contribui para melhoria das condições de segurança do trânsito, conta-se com o apoio de todos para a aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em 23 de Maio de 2001.

Deputado Jorge Pinheiro

PROJETO DE LEI Nº 4.791, DE 2001
(DO SR. NORBERTO TEIXEIRA)

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".

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

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:

" § 4º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão advertências sobre os danos causados pelo álcool à mente humana, inseridas de forma legível e ostensiva.(NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A redução do uso de bebidas alcoólicas, apesar da existência da Lei 9.294 ainda não atingiu o resultado esperado. A Lei em tela merece ser aperfeiçoada.

A nosso ver, a simples recomendação de evitar o consumo do álcool, como consta deste texto legal, não é suficiente para causar impacto a ponto de reduzir o consumo. Caberá ao Poder Executivo elaborar maiores detalhamentos a respeito das mensagens a divulgar.

Temos a preocupação com vistas de tornar as mensagens de alerta ainda mais contundentes. Não podemos nos esquecer dos malefícios do álcool, especialmente com potencializador da violência urbana.

Esta iniciativa pretende se somar ao esforço de resguardar a saúde do nosso povo. Assim sendo, espero o apoio dos ilustres Pares para que ela seja acolhida com a celeridade que merece.

Sala das Sessões, em 31 de Maio de 2001.

Deputado Norberto Teixeira

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.839, DE ..01
(DO SR. HENRIQUE FONTANA)

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".

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 4º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, ocupando metade da superfície dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor(NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A legislação sobre restrições ao uso do tabaco e de bebidas alcoólicas ainda merece muitos aperfeiçoamentos. Acreditamos que se está progredindo significativamente nesta área.

No entanto, a nosso ver, a propaganda do Ministério da Saúde merece destaque maior do que lhe foi concedido pela Lei em vigor. Propomos esta modificação com vistas a tornar ainda mais evidentes as mensagens de alerta que se referem aos malefícios do fumo, que passarão a ocupar a metade da superfície das embalagens em que são comercializados os produtos derivados do tabaco para o consumidor.

Esta iniciativa certamente se somará ao esforço travado para resguardar a saúde dos brasileiros. Assim sendo, espero o apoio dos ilustres Pares para que ela seja aprovada com a maior brevidade.

Sala das Sessões, em 02 de junho de 2001.

Deputado Henrique Fontana

LEGISLAÇÃO CITADA ANEX PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGI ITIVOS - 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.

§ 1° 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. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a

cada cinco meses, todas precedidas da afirmação: "O Ministério da Saúde Adverte:

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

VIDE MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-30, DE 24 DE MAIO DE 2001.

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-30, DE 24 DE MAIO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.955, DE 2001
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a veiculação de imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas na televisão.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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", proibindo a veiculação de imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas na televisão.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo:

"Art. 4º .....

.....

§ 1º-A É vedada a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising, bem como a exibição de pessoas consumindo bebidas alcoólicas, nos programas de televisão produzidos no País após a publicação desta lei, em qualquer horário.

....."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294/96 veio preencher uma importante lacuna no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, ao restringir a propaganda desses produtos, evitando um crescimento acelerado de seu consumo. Tal medida é de grande importância social, em vista dos danos provocados pelo cigarro e pelo álcool que, conforme inúmeras estatísticas amplamente divulgadas nesta Casa, redunda em perdas anuais da ordem de bilhões de reais ao ano em tratamento de doenças, absenteísmo e danos patrimoniais decorrentes desses vícios.

Agregue-se que o alcoolismo, em especial, provoca desagregação social, decorrente dos seus efeitos nocivos sobre as relações do dependente com seus familiares, amigos, colegas e a comunidade em geral. É também apontado como uma das causas do número elevado de acidentes de trânsito observados no Brasil, que é, lamentavelmente, um dos países recordistas desse tipo de ocorrência.

A lei vigente, embora represente um avanço, em especial após os aperfeiçoamentos introduzidos recentemente, com restrições adicionais à propaganda de tabaco, merece aperfeiçoamentos ulteriores. Preocupa-nos, em especial, o elevado número de pessoas que são registradas nos programas de televisão consumindo bebida alcoólica ou fazendo merchandising do produto. Com o intuito de coibir essa prática, que resulta em forte estímulo ao consumo do álcool, oferecemos aos colegas Deputados este texto, que proíbe o merchandising de bebidas alcoólicas. Em vista dos devastadores efeitos físicos e morais do alcoolismo, conclamamos os ilustres Pares a apoiar a iniciativa.

Sala das Sessões, em 01 de agosto de 2001.

Deputado LINCOLN PORTELA

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

§ 6° 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 Nº 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.

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. 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.121, DE 2001
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Altera a redação dos arts. 2º e 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação dos arts. 2º e 5º da 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", com o objetivo de proibir a exibição de programas contendo imagens de pessoas fazendo uso bem como as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos fumígeros.

Art. 2º Os arts. 2º e 5º da Lei nº da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

§ 3º - É vedada a exibição de pessoas fazendo uso dos produtos mencionados no *caput* em todos os programas de televisão, filmes e assemelhados, produzidos no País, em qualquer horário.

Art. 5º São vedadas as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 2º desta Lei nas emissoras de rádio e televisão, inclusive para eventos alheios à programação normal ou rotineira, mesmo quando feitas apenas com a marca ou slogan do produto ou de seu fabricante.

Parágrafo Único. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática veiculada em veículos de competição, estádios e locais similares".

Art. 3° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A legislação que impõe restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros foi recentemente alterada pela Lei n° 10.167, de 27 de dezembro de 2000. O grande objetivo das modificações introduzidas foi eliminar a propaganda direta e indireta de cigarros e similares nas emissoras de rádio e televisão.

No entanto, as empresas fabricantes desses produtos têm feito propaganda de suas marcas nesses veículos de comunicação, aproveitando-se de uma brecha existente na Lei n° 10.167. O art. 5° permite chamadas e caracterizações de patrocínio para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, desde que identificadas apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação de seu consumo.

Apesar de conter algumas restrições, a referida lei está sendo usada para veicular um tipo de publicidade que pode induzir ao consumo de produtos, na medida em que provoca uma associação entre esses produtos e as marcas divulgadas, amplamente conhecidas pelos consumidores

A veiculação de imagens de pessoas fazendo uso dos cigarros e similares em filmes e programas de televisão tem sido uma forma de propaganda

indireta. Recentemente, uma emissora usou uma personagem caracterizada como adolescente, que fez uma verdadeira apologia ao uso do cigarros, em longas cenas.

A proposta que ora apresentamos pretende, portanto, eliminar essa falha da legislação. Para que não paire dúvidas quando da sua aplicação, optamos por alterar a redação do art. 2º e do art. 5º, vedando explicitamente a veiculação de imagens de pessoas fazendo uso dos cigarros e similares, e as chamadas e caracterizações de patrocínio, mesmo quando feitas apenas com marca ou slogan do produto ou de seu fabricante. Estendemos essas restrições à propaganda estática veiculada em veículos de competição e em estádios ou locais similares.

Entendemos que a introdução de mais esta modificação na legislação que restringe a propaganda de derivados do fumo irá contribuir de forma significativa para os esforços empreendidos para diminuir o número de fumantes e, principalmente, o número de doenças adquiridas pelo vício de fumar, em nosso País.

Dada a relevância da matéria, esperamos contar com o apoio de nossos pares nesta Casa para sua célere aprovação.

Sala das Sessões, em 15 de 08 de 2001.

Dep. Lincoln Portela

PSL/MG

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.

§ 1° 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.5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 9.294, DE 15JULHO 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.

.....

Art.2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

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.

***Vide Medida Provisória nº 2190-33, de 26 de julho de 2001.**

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27DE DEZEMBRO DE 2000.

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art.1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º. .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(NR)

§ 1º .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3°-A. Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"Art. 3°-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."

"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art.12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO)"

Art.2º (VETADO)

.....

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

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-33, DE 26 DE JULHO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.140, DE 2001
(DO SR. AIRTON ROVEDA)

Dispõe sobre alterações de dispositivos que tratam da propaganda de bebidas alcoóli da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e da Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846 DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O caput do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda". (NR)

Art. 2º O art.3º-A da Lei 10.167, de 27 de dezembro de 2.000 passa a vigorar com a seguinte redação

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º e 4º desta Lei, são proibidos:" (NR)

Art. 3º O art. 3º-B da Lei 10167, de 27 de dezembro de 2.000, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento."(NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

No Brasil, os custos sociais relativos ao uso e abuso de álcool e drogas são aterradores. Quase sempre associando alcoolismo com dependência de drogas, os estudos realizados para aferir os prejuízos em termos de saúde pública para o País são reveladores da grave desatenção com estes problemas, notadamente no que se refere ao uso de bebidas alcoólicas, considerado um fato social aceitável e mesmo recomendável.

Assim, sem o controle devido, os gastos relativos a internações decorrentes do uso abusivo e da dependência de álcool e outras drogas, no triênio 1995-96-97, ultrapassaram os 310 milhões de reais. Neste mesmo período, o alcoolismo ocupava o 4º lugar no grupo das doenças que mais incapacitam.

No ano de 1996 o Sistema de Internação Hospitalar do Sistema Único de Saúde (SIH/SUS), registrou que a cirrose alcoólica do fígado foi a 7ª maior causa de óbito na população acima de 15 anos. Nesse mesmo ano, foram internados 39.255 pacientes acima de 15 anos com este diagnóstico. Desse total de pacientes, foram a óbito 3.626, significando cerca de 9.2%.

Constatou-se, também, que os transtornos mentais associados ao uso e abuso de substâncias psicoativas - Psicoses Alcoólica e por Drogas, Síndrome de Dependência do Álcool e Dependência de Drogas - são a segunda causa de internações psiquiátricas, sendo que estas se encontram entre as cinco primeiras causas de internação hospitalar no país.

As bebidas alcoólicas estão, também, estreitamente associadas à violência. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Nacional de Abuso de Álcool e Alcoolismo dos EUA, o uso excessivo de bebida é um fator verificado em 68% dos homicídios culposos, 62% dos assaltos, 54% dos assassinatos e 44% dos roubos ocorridos no país.

Ademais, o fator álcool é o mais relevante em casos de violência doméstica, de acordo com o mesmo estudo. Cerca de dois terços dos casos de espancamento de crianças ocorrem quando os pais agressores estão embriagados, o mesmo ocorre nas agressões entre marido e mulher.

No Brasil, infelizmente, a situação não é diferente. Em Recife, o Instituto Materno Infantil de Pernambuco (IMP) realizou estudo qualitativo sobre as principais causas da alta prevalência de casos suspeitos de transtornos psiquiátricos menores (síndrome de ansiedade e depressão) em mulheres de 20 a 45 anos na comunidade de Sítio Grande. Verificou-se que problemas com o marido foi a 1ª causa apresentada pelos grupos, sendo que o alcoolismo do marido foi apontado como a principal dificuldade enfrentada por estas mulheres no relacionamento familiar.

A preocupação com o uso de álcool e outras drogas por condutores de veículos automotores é justificável diante dos números alarmantes relativos a acidentes de trânsito no país. O novo Código Nacional de Trânsito, inclusive, vai ao encontro desta preocupação e estabelece que dirigir sob influência do álcool (níveis de alcoolemia iguais ou acima de 0,6g/l) é crime; estão previstas multa e prisão para aqueles que infringirem a norma.

Esta relação entre uso de drogas e acidentes de trânsito foi comprovada em recente estudo realizado em Recife, Brasília, Curitiba, e Salvador (1997). Os dados desta pesquisa revelam que 61% das pessoas envolvidas em acidentes de trânsito apresentavam alcoolemia positiva. Já entre aqueles que sofreram atropelamentos, 56.2% apresentavam algum nível de álcool no sangue. Quando foram pesquisados os acidentados por choque e capotamentos, verificaram-se as maiores proporções de presença de álcool, 71.1% e 63.6% das pessoas, respectivamente.

Estas considerações, que poderiam se alongar indefinidamente, servem para demonstrar a gravidade do alcoolismo em nossa sociedade. Seus males atingem o indivíduo, a família e toda a sociedade.

No entanto, nos defrontamos com o permanente estímulo ao consumo de álcool. Beber, em geral está associado a ter mais coragem, ser mais sensual, alegre e outros aspectos sempre altamente positivos.

Vários fatores contribuem para o incremento do alcoolismo e de suas nefastas conseqüências. Sem dúvida, a propaganda, que procura alcançar principalmente os mais jovens, é uma das suas principais causas.

A legislação em vigor estabelece algumas restrições à publicidade de bebida, especialmente na delimitação do horário para as emissoras de rádio e televisão. Desconsidera que o jovem tem acesso a tais horários, além de ignorar outros meios de comunicação, especialmente a Internet.

Os males provocados pelo alcoolismo se equivalem aos do tabagismo. Esta é uma constatação que nos leva a propugnar pela igualdade das leis que disciplinam a propaganda de ambos os produtos.

Os avanços da legislação no tocante ao uso do tabaco devem ser incorporados ao regramento do uso e da propaganda das bebidas alcoólicas.

A Lei 10.167/00 promoveu o aperfeiçoamento da Lei 9.294/00, que dispõe sobre as restrições ao uso e propaganda de cigarro, bebidas alcoólicas, medicamentos, entre outros, apenas no tocante aos produtos fumígeros.

Assim, com esta proposição pretende-se o aperfeiçoamento para as bebidas alcoólicas. Nesse sentido, incorporaram-se as principais alterações promovidas.

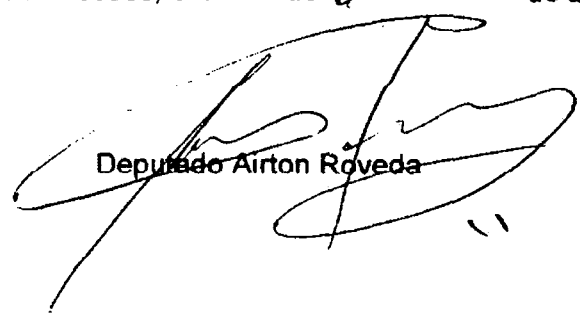
Dessa forma, a propaganda de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada na parte interna dos locais de venda, passando a ser proibido vender por via postal, distribuir brindes, fazer propaganda via eletrônica, inclusive pela internet, patrocinar atividade cultural ou esportiva, e várias outras restrições idênticas às aplicadas para o tabaco.

Da mesma maneira do previsto na Lei acima referida, manteve-se o prazo de janeiro de 2003 para a promoção de eventos esportivos e culturais internacionais.

As infrações serão, também, punidas com base no art. 9º da Lei 10.167/00.

Diante do exposto e da relevância da matéria, conclamamos os ilustres pares a apoiar a proposição.

Sala das Sessões, em 16 de AGOSTO de 2001 .



Deputado Airton Roveda

"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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....

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".

VIDE MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-33, DE 26 DE JULHO DE 2001.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no *caput* nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo" (NR)

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pósteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (NR)

§1º.....

.....

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; (NR).

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta ultima hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. "(NR)

"Art. 3º - A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada *merchandising* , nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricantes, sem recomendação de consumo."
"Art. 3° - 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."
"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (NR)

.....

V - multa, de R$5.000,00 (cinco mil reais) a R$100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (NR)
VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (NR)
§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transporte do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

Art. 3º (VETADO)

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

Brasília, 27 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Gregori
Pedro Malan
Marcus Vinicius Pratini de Morães
José Serra
Benjamin Benzaquen Sicsú
Martus Tavares
Pimenta da Veiga

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-33, DE 26 DE JULHO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.464, DE 2001
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Dispõe sobre restrições à veiculação de imagens de personagens fumando na programação das emissoras de televisão.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei veda a veiculação pelas emissoras de televisão de imagens de personagens fumando nos horários que especifica.

Art. 2º O art. 3º-A da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, com a redação dada pela Lei nº 10167, de 27 de dezembro de 2000, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

"Art.3º .....

VII-A - a veiculação pelas emissoras de televisão aberta ou por assinatura de programas contendo imagens de personagens fumando fora do horário compreendido entre vinte e duas e seis horas. "

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre restrições o uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas", foi drasticamente alterada no final do ano passado por iniciativa oriunda do Poder Executivo transformada na Lei nº 10167, de 12 de dezembro de 2000. A propaganda comercial de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco passou a estar liberada apenas quando feita por meio de pôsteres, painéis e cartazes, instalados na parte interna dos locais de venda. Dessa forma, as emissoras de rádio e televisão ficaram proibidas de veicular publicidade desses produtos em qualquer horário.

Referida lei ainda se preocupou em vedar explicitamente diversos outras condutas que estimulam o hábito de fumar, sendo que com *relação à televisão, também proibiu a propaganda indireta ou merchandizing* em toda a programação.

Tal medida deve ser, a nosso ver, complementada por outra restrição, pois continuamos assistindo, no dia a dia, à apresentação por esse veículo de comunicação de imagens de pessoas fumando em vários programas veiculados. A proposta que ora apresentamos pretende sanar essa lacuna legislativa, estabelecendo a vedação à veiculação dessas imagens durante programas apresentados antes das vinte e duas horas.

Esperamos com essa medida contribuir para desestimular o vício do fumo e desonerar a sociedade dos enormes custos envolvidos no tratamento de doenças crônicas sabidamente provocadas por esse hábito.

Sala das Sessões, em 02 de outubro de 2001.

Deputado Ronaldo Vasconcellos

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 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. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo.

** Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

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.*

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.528, DE 2001
(DO SR. IVAN PAIXÃO)

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.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 4º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, ocupando pelo menos 30% da frente e 40% da parte posterior do maço, carteira ou pacote em que sejam comercializados ao consumidor(NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor em 1º de janeiro de 2.005.

JUSTIFICAÇÃO

Apesar dos avanços conseguidos com a legislação , os males do tabagismo ainda afetam uma proporção considerável de brasileiros, acarretando conseqüências fatais. Milhares de casos de câncer são tratados pela rede pública em decorrência deste vício, onerando o sistema de saúde em decorrência de um hábito nefasto. Outras doenças igualmente graves e incapacitantes estão associadas ao hábito de fumar, como doenças coronarianas, pulmonares e vasculares. Estima-se que existam mais de 30 milhões de fumantes no Brasil.

Na União Européia determinou-se que o tamanho das advertências sobre os malefícios do fumo deve ser aumentado. Concordamos com esta posição. De fato, o alerta veiculado merece um destaque maior nas embalagens de cigarros e outros produtos derivados do tabaco. Propomos um prazo de três anos para que as indústrias se adaptem a este mandamento.

Esta iniciativa certamente contribuirá para melhorar a informação aos milhões de brasileiros que continuam fumando. Diante disso, espero o apoio dos nobres Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 16 de outubro de 2001.

Deputado Ivan Paixão

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.

§ 1° 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. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art.3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte:

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória 2190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.561, DE 2001
(DO SR. MAGNO MALTA)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para tornar obrigatória a inclusão de mensagens de advertência nas embalagens e nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada por meio de pôsteres, painéis e cartazes na parte interna dos locais de venda.

§ 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, e conterá as mensagens de advertência dispostas neste artigo.

§ 2º Nas embalagens e nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas serão impressas as seguintes mensagens de advertência,

usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, sempre precedidas da expressão "O Ministério da Saúde adverte":

I - beber em excesso provoca cirrose do fígado;

II - a ingestão de álcool está associada à violência familiar;

III - três de cada quatro mortes no trânsito estão ligadas a bebidas alcoólicas;

IV -

V - ."

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

JUSTIFICAÇÃO

Recente, pesquisa realizada em diversos países pala Organização Mundial comprova que o hábito de ingerir bebidas alcoólicas está se expandindo velozmente entre os jovens de vários países, entre eles o Brasil. Tal resultado coincide com o que observamos em trabalho pessoal, ao qual nos dedicamos há vários anos, de recuperação de jovens dependentes. É vertiginoso o crescimento do alcoolismo entre os adolescentes, com o maior número de casos incidindo na faixa etária de 13 a 15 anos, cruciais na formação do caráter.

O álcool é uma droga terrível, mas lícita. Seus efeitos nos adeptos e naqueles que os cercam são enormes e arrasadores. São 10 milhões os brasileiros dependentes de álcool. Foram 84.800 novas internações pelo SUS, em 2000, devido à dependência de álcool. O número de espancamentos de crianças por pais ou parentes, e as agressões entre marido e mulher, para os quais o consumo de álcool contribui significativamente, é assustador. Também chocante e envergonhador para o País é o elevadíssimo número de mortes por acidentes de trânsito, das quais sabermos que 75% estão ligadas a abuso de bebida alcóolica.

A atual legislação que disciplina a propaganda da indústria do fumo e das bebidas alcoólicas - Lei nº 9.294, de 1996, modificada pela Lei nº

10.167, de 2000 - trata, no nosso entender, estas duas drogas de forma distinta. Enquanto é bastante rígida para com a industria fumageira, deixa muito livre a propaganda de bebidas alcoólicas. O projeto de lei que ora submetemos à apreciação da Câmara dos Deportados pretende adotar para a publicidade das bebidas alcoólicas restrições e imposições existentes para a industria do fumo: tolerar a propaganda nos ambientes de venda e obrigar a aposição de mensagens nas embalagens e nos rótulos para alertar os consumidores para os malefícios da ingestão daquelas bebidas. Com as alterações que propomos na legislação disciplinadora da matéria, a propaganda passaria a atingir muito menos crianças e adolescentes, o que contribuiria, sem dúvida, para redução significativa do contato deste contingente de brasileiros com o álcool.

Contamos com o apoio dos ilustres Pares para o aperfeiçoamento e aprovação deste projeto de lei, pela sua grande importância social e econômica.

Sala das Sessões, 18 de outubro de 2001.

Deputado Magno Malta

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.

§ 1° 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.5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI 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. 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".

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS* ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1° A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2° .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3° A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(NR)

§ 1° .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3° A *embalagem*, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3°A Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."
"Art. 3°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."
"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)
VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)
§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art.12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.708, DE 2001

(Do Sr. Dr. Heleno)

Modifica a lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e a propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art 4º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

*"**Art. 4º** - A propaganda comercial de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.*

§ 1º - A propaganda comercial do produto a que se refere este artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - 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, devendo sempre em seu final conter uma advertência, escrita, nos seguintes

*termos: "**O Ministério da Saúde adverte: O álcool em excesso faz mal à saúde**".*

***II** - Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas deverão conter, **uma tarja**, com advertências nos seguintes termos: **"Venda proibida a menores de 18 anos" e "O álcool em excesso faz mal à saúde"** .*

***III** - No caso dos produtos importados é de responsabilidade do importador o cumprimento da presente Lei.*

***§ 2º** - Os fabricantes e engarrafadores de bebidas têm até 06 (seis) meses para adaptar os rótulos de sua embalagem à presente Lei.*

JUSTIFICATIVA

Por entender que os danos causados pelo alcoolismo são mais graves que aqueles produzidos pelo tabaco, uma vez que o álcool extrapola as fronteiras de seus usuários, afetando também as suas famílias, desestruturando-as, causando, desta forma malefícios à Sociedade.

A gravidade do alcoolismo pode ser também evidenciada quando pessoas inocentes são também atingidas em acidentes produzidos por motoristas irresponsáveis que teimam em dirigir embriagados.

Estamos na era da violência. É bem sabido que essa violência tem um íntimo relacionamento com o consumo excessivo de bebidas alcoólicas; logo, se quisermos implementar um combate efetivo a essa violência teremos que começar pela adoção de medidas que combatam a ingestão de bebidas alcoólicas em excesso e, sem dúvida nenhuma, essas medidas devem começar pela propaganda que é feita no grande meio de comunicação que é o rádio e a TV.

Urge pois, neste instante, para que corrijamos um lapso deixado na Lei 9.294/1996, que proibamos a veiculação de propagandas em emissoras de Rádio e TV sobre o uso de bebidas alcoólicas, por considerar que o excesso de sua ingestão sejam nocivos ao indivíduo e à Sociedade.

Não podemos também admitir que esses produtos tenham apenas uma tímida advertência em seus rótulos.

Logo, a presente proposta se justifica para dar uma equidade no tratamento que é dado hoje aos anúncios de produtos do tabaco que contêm mensagens alusivas aos prejuízos que podem trazer à saúde.

Sala das Sessões, em de de 2001.

13/11/01

Deputado Dr. HELENO

LEI Nº 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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.792, DE 2001

(do Sr. Ivan Paixão)

Cria obrigatoriedade de impressão de advertência nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei cria obrigatoriedade de impressão nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas de mensagem de advertência para os consumidores.

Art. 2º Nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas será impressa a seguinte advertência, independentemente de quaisquer outras mensagens obrigatórias sobre os prejuízos causados à saúde do consumidor: "Nunca dirija após ingerir bebida alcoólica".

Art. 3º Aplica-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I - apreensão do produto;

II – multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator.

Art. 4° Esta lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Organização Mundial da Saúde (OMS) iniciou recentemente, em onze países, entre eles o Brasil, um estudo sobre o impacto do consumo de álcool nos acidentes com trauma. "Cerca de 30% de todos os casos de lesões no mundo estão associados ao consumo abusivo de álcool", afirma a Drª Cheryl Cherpitel, consultora da OMS e diretora do Centro Nacional de Pesquisa sobre Álcool, nos Estados Unidos.

No que se refere a acidentes de trânsito, aproximadamente 40% de todas as mortes estão associadas ao uso de álcool. Em estudos realizados anteriormente no Brasil, apurou-se que o "índice de fatalidade" é muito superior ao de países desenvolvidos. Esse índice mede o número de mortes para cada grupo de 10.000 veículos e é usado internacionalmente para indicar o grau de violência no trânsito. Em 1997, o índice de fatalidade no Brasil foi 8,00. Países como Japão, Itália, EUA, França, Alemanha e Áustria, apresentam índices que variam de 1,50 a 4,00. Em outras palavras, apresentamos um índice duas vezes superior ao da Itália, que é olhada de modo nada simpático pelos demais países europeus. Pode ser que o novo estudo da OMS venha a apurar índice um pouco mais baixo que o de 1997, mas será altíssimo ainda.

Em outra pesquisa, esta coordenada pela Drª Vilma Leyton, famacêutica-bioquímica e perita criminal, do Núcleo de Toxicologia Forense do IML de São Paulo, com 2.360 vítimas de atropelamentos e colisões em 1999, apurou-se que cerca de 47% das vítimas fatais em acidentes de trânsito em São Paulo tinham quatro vezes mais teor alcoólico no sangue do que o limite previsto no Código de Trânsito Brasileiro. Esse estudo mostrou que as vítimas que beberam álcool apresentaram uma média de 2,4 gramas de álcool por litro de sangue, um índice alto se comparado ao limite estabelecido pelo Código, que é de 0,6 grama por litro. Indicação mais alarmante é que somente cerca de 3% desses indivíduos acidentados apresentava teor alcoólico no sangue inferior ou igual a 0,6g/l. Por que estes números assustadores?

Em primeiro lugar, porque o álcool, infelizmente, é uma droga lícita e barata. A sociedade não se choca com o seu consumo, permite tanto a veiculação de propagandas que associam sua ingestão a sucesso, como sua venda até mesmo em postos de abastecimento e restaurantes situados em estradas. Em segundo lugar, porque mesmo com as penalidades mais severas introduzidas no novo Código Nacional de Trânsito, em 1997, o causador de acidente de trânsito no Brasil dificilmente será preso após julgamento. Assim, consolida-se uma mentalidade de impunidade ou de imputabilidade branda, como prestação de serviços comunitários, pagamentos de indenizações em cestas básicas, etc.

O projeto de lei que ora apresentamos tem como objetivo criar mais um componente no conjunto de medidas educativas para a prevenção ou redução de acidentes de trânsito. Acreditamos que a simples repetição de leitura de uma mensagem de advertência ajuda no processo de conscientização do motorista, pelo que pedimos o apoio dos nobres pares para a aprovação da proposição.

Sala das Sessões, de de 2001.

28/11/01

Deputado Ivan Paixão

PROJETO DE LEI N.º 5.834, DE 2001

(do Sr. Eni Voltolini)

Dispõe sobre restrições à propaganda de bebidas alcoólicas fermentadas nas emissoras de televisão.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei veda a propaganda de bebidas alcoólicas fermentadas nas emissoras de televisão fora do horário compreendido entre vinte e uma e as seis horas.

Art. 2º É suprimido o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas", foi drasticamente alterada no final do ano passado por iniciativa oriunda do Poder Executivo, transformada na Lei nº 10167, de 12 de dezembro de 2000. Referida lei, que introduziu novas restrições à propaganda de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco,

proibiu as emissoras de rádio e televisão de veicular publicidade comercial desses produtos em qualquer horário.

Quanto à propaganda comercial de bebidas alcoólicas, as restrições vigentes foram simplesmente mantidas. As emissoras continuam proibidas de veicular publicidade de bebidas com teor alcoólico acima de 13° Gay Lussac fora do horário compreendido entre vinte e uma e as seis horas. Dessa forma, podem ser apresentadas durante toda a programação, propagandas de bebidas fermentadas, tais como cerveja e chope, uma vez que elas possuem teor alcoólico abaixo do limite especificado.

A proposta que ora apresentamos pretende corrigir esse absurdo privilégio. O tratamento dado a esse tipo de bebida pela legislação atual, não se justifica, pois parece até que ela não causa dependência química nem provoca doenças crônicas em seus usuários habituais. Isso sem falar nas questões sociais, pois podem afetar o desempenho dos indivíduos tanto nos espaços familiares como no campo profissional. Ao suprimir o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9294, pretendemos eliminar a distinção entre as bebidas destiladas de maior teor de álcool e as bebidas fermentadas e, assim, impor a essas últimas as mesmas restrições aplicadas pela legislação no que se refere à propaganda comercial desses produtos.

Esperamos que essa iniciativa contribua para diminuir o consumo de bebidas alcoólicas em nosso País e, portanto, dada a sua relevância, mereça o apoio de nossos pares para sua célere tramitação nesta Casa

Plenário Ulysses Guimarães, em 05 de Novembro de 2001 .

Deputado **ENI VOLTOLINI**

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 FUMÍGEROS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumigeros, 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 de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1° A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2°. .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(NR)

§ 1° .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."
"Art. 3°-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."
"Art. 9°. Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)
VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)
§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

Art. 3º (VETADO)

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

PROJETO DE LEI N.º 5.973, DE 2001

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de a embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterem advertência sobre a proibição de sua venda a menores de 18 anos.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O *CONGRESSO NACIONAL* Decreta:

Art. 1° Fica proibido em todo o território nacional, a venda ou doação a menores de 18 (dezoito) anos de bebidas alcoólicas.

Parágrafo Único: Todos os menores de dezoito anos encontrados com bebidas alcoólicas ou em estado de embriagues, deverá ser encaminhado ao órgão de proteção ao menor.

Art. 2° A embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterão obrigatoriamente, a inscrição " Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos".

Art. 3° É considerado bebida alcoólica, qualquer bebida que tenha teor alcoólico.

Art. 4° Aplicam-se aos infratores desta lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor as seguintes sanções:

I - Multa de 1 (um) a 5 (cinco) salários mínimos;

II – Detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos.

Art. 5° Esta Lei passará a vigorar na data de sua publicação.

Art. 6° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O presente projeto de lei visa incluir na embalagem e no rótulo das bebidas alcoólicas de forma ostensiva, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos", com o objetivo de diminuir o consumo, cada vez mais crescente de jovens ingerindo tais bebidas, em grande parte, graças à agressiva publicidade.

O estatuto da Criança e do Adolescente, proíbe expressamente a venda de bebida alcoólica à crianças e adolescentes.

Porém é comum vermos crianças em estabelecimentos comerciais, comprando bebidas alcoólicas sem nenhuma restrição, por parte dos comerciantes e dos Órgãos Públicos.

O estatuto da Criança e do Adolescente vem sendo infringido continuamente das mais várias formas, visando acabar com tais desrespeitos ao estatuto que apresentamos o projeto de lei acima exposto.

Dada a gravidade dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo, pedimos aos Nobres Pares o necessário apoio a esta proposta, que reputamos de grande relevância para a sociedade brasileira.

Sala de Sessões, 18 de dezembro de 2001.

Deputado CARLOS NADER
PFL-RJ

PROJETO DE LEI
N.º 6.017, DE 2001

(Do Sr. Ivan Paixão)

Proíbe o serviço de bebidas alcoólicas destiladas nos vôos domésticos de transporte de passageiros.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

Proíbe o serviço de bebidas alcoólicas destiladas nos vôos domésticos de transporte de passageiros.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Nenhuma companhia aérea de transporte de passageiros servirá, a bordo, bebidas alcóolicas destiladas, em seus vôos domésticos.

Parágrafo único. O não cumprimento do disposto no "caput" deste artigo acarretará a providência administrativa de detenção da aeronave, apreensão das bebidas alcoólicas transportadas e multa, na forma prevista no art. 295 do Código Brasileiro de Aeronáutica.

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

JUSTIFICAÇÃO

A questão da segurança dos vôos requer, nos dias atuais, devido à possibilidade de seqüestro da aeronave, o maior cuidado com relação

aos passageiros. Assim, ampliaram-se, nos aeroportos, os dispositivos de fiscalização e detetores de metais, que têm demonstrado a necessária eficácia. Nas aeronaves, além da formação específica de comissários e aeromoças para controlar passageiros ameaçadores, até os talheres do serviço de bordo, antes de aço, foram substituídos pelos de plástico... Vemos, então, que todas as medidas possíveis estão sendo implantadas e outras são bem-vindas e devem ser tomadas para garantir a segurança do vôo e a tranqüilidade dos passageiros.

O consumo de bebidas alcoólicas pelos passageiros, que faz parte do serviço de bordo nos vôos domésticos e internacionais, pode levar alguns maus bebedores, que se excedem, a um estado de embriaguez capaz de gerar comportamentos inconvenientes e até violentos, o que virá a causar incômodos para os demais passageiros, bem como sérios problemas para os comissários e até para os pilotos. Isso constituirá até um risco ao bom andamento da viagem.

Para evitar que tais fatos ocorram, será importante eliminar do cardápio do serviço de bordo dos transportes aéreos de passageiros pelo menos as bebidas alcóolicas destiladas, que são mais fáceis de levar à embriaguez.

Pela importância dessa medida, esperamos que o projeto de lei que ora propomos seja aprovado pelos ilustres Deputados.

Sala das Sessões, em de de 2001.

Deputado IVAN PAIXÃO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CEDI

LEI Nº 7.565, DE 19 DE DEZEMBRO 1986.

DISPÕE SOBRE O CÓDIGO BRASILEIRO DE AERONÁUTICA.

.....

TÍTULO IX
DAS INFRAÇÕES E PROVIDÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS PROVIDÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 295. A multa será imposta de acordo com a gravidade da infração, podendo ser acrescida da suspensão de qualquer dos certificados ou da autorização ou permissão.

.....

.....

PROJETO DE LEI
N.º 6.343, DE 2002

(Do Sr. Luiz Bittencourt)

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 agícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 3º, da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, modificada pela Lei n.º 10.167, de 27 de dezembro de 2000, passa a vigorar acrescido dos seguintes incisos VII e VIII:

"Art. 3º .....

§ 2º .....

VII – fumar pode matar;

VIII – fumar prejudica sua saúde e a de pessoas próximas."

Art. 2º O § 4º do art. 3º, da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, modificada pela Lei n.º 10.167, de 27 de dezembro de 2000, passa vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º .....

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, devendo cobrir trinta por cento da frente e quarenta por cento do verso dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor."

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É desnecessário discorrer sobre os malefícios causados pelo fumo. De há muito a humanidade já tem conhecimento da verdadeira devastação que os cigarros, charutos e quejandos causam no organismo não apenas dos fumantes, mas também de tantos quantos inalam a fumaça oriunda da combustão do tabaco.

Muito se tem feito no sentido de limitar o uso dos produtos fumígeros, bem como de se coibir a sua propaganda, geralmente sedutora e feita de modo a apresentar o fumante como uma pessoa de sucesso, cercado de belos companheiros do sexo oposto, que tem uma vida charmosa e cheia de aventuras.

Nada mais falso, dever-se-ia, ao contrário, apresentar, principalmente aos jovens, o final de um enfisematoso ou de um portador de câncer de pulmão ou de vias aéreas superiores.

Assim, com o intuito de desmistificar o uso do tabaco tomamos a iniciativa de oferecer à Casa alterações à legislação que regula a propaganda desses produtos. Tais modificações visam à inserção de mais duas mensagens mais incisivas no rol das que já se encontram previstas na norma em vigor: "Fumar pode matar" e "Fumar prejudica sua saúde e a de pessoas próximas".

Adicionalmente prevê-se que as mensagens devem ocupar espaço mais destacado nas embalagens de forma a que não se tornem um pequeno ornamento ilegível e sem nenhuma efetividade.

Isto posto, diante do alcance das medidas propostas, esperamos vê-las aprovadas pelo Congresso Nacional.

Sala das Sessões, em de de 2001.

19/03/02

Deputado LUIZ BITTENCOURT

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS- CeDI"

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TITULO 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.5, 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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3° - A. Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo.

** Artigo acrescido pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-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 n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

***Vide Medida Provisória n° 2190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 6º O Anexo II da Lei nº 9.782, de 1999, passa a vigorar na forma do Anexo a esta Medida Provisória.

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

José Serra Martus Tavares

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2.º .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(NR)

§ 1º .....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3-A Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde

que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"Art. 3-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."

"Art. 9. Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art.12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5° (VETADO)"

Art. 2° (VETADO)

Art. 3° (VETADO)

Art. 4° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PROJETO DE LEI N.º 6.729, DE 2002

(Do Sr. José Carlos Coutinho)

Estabelece a proibição de venda de bebidas alcoólicas para menores de 21 anos, e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O **Congresso Nacional** decreta:

Art.1º É proibida a venda de bebidas alcoólicas para menores de 21(vinte e um) anos.

Art.2º Os infratores, sejam eles fornecedores, vendedores ou intermediários, serão penalizados com:

Pena – de 6(seis) meses e 2(dois) anos, sem direito a sursis.

Parágrafo único - A cada reincidência a pena será aumentada de um terço.

Art.3º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art.4º Ficam revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O álcool é a mais antiga droga psicoativa conhecida pelo Homem, sendo utilizado desde tempos imemoriais. Assim, apesar de ser, provavelmente, a droga psicoativa mais deletéria da história, por sua potência, pelo seu inegável poder de destruição aguda e crônica do usuário e do seu ambiente e, sem dúvida, por sua aparente inocência, o álcool tem resistido incólume às tentativas encetadas em todo o mundo no decursos dos séculos.

É óbvio, que os indutores de utilização, em todo o seu fluxograma de capitalização, que se estende deste o fabricante ao vendedor, são, em verdade, os equivalentes disfarçados pela aceitação social, dos típicos traficantes de drogas.

Portanto, a intenção desta proposição é de deslocar, parcialmente, o foco clássico da atenção penal do usuário, talvez mais uma vítima, para o real vilão do contexto: o comerciante de

bebidas. Isto é, aquele que lucra sem qualquer pudor, com a venda de bebidas alcoólicas para jovens imaturos, comprometendo assim com o futuro do Brasil

Diante do exposto solicito aos Ilustres Pares a aprovação da presente medida.

Sala das Sessões, 08 de maio de 2002.

Deputado José Carlos Coutinho
PFL-RJ

PROJETO DE LEI
N.º 6.971, DE 2002
(Do Sr. José Carlos Coutinho)

Estabelece a prevenção do tabagismo entre crianças e adolescente.

(APENSE-SE AO PL.-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art.1º É proibida a venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina a menores de 18 anos de idade.

Parágrafo único - Para fins de comprovação de idade, apenas serão aceitos a Carteira Identidade emitida pela Autoridade de Segurança Pública e a Carteira Nacional de Habilitação, desde que contenha, fotografia e data de nascimento do portador.

Art.2º São proibidos, em todo o território nacional:

I - a venda de cigarros por unidade;

II - a venda de cigarros e pacotes contendo menos de 20 unidades;

III - a venda de cigarros por máquinas;

IV - a exposição à venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina em sistemas de auto-serviço;

V - a distribuição, a qualquer título, de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina a menores de 18 anos;

VI - a distribuição e a venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina por meio de serviços postais.

Art.3º Somente poderão expor à venda e vender tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina os estabelecimentos comerciais expressamente licenciados para isto pelos serviços de vigilância sanitária dos organismos de gestão municipal do SUS – Sistema Único de Saúde, segundo normas definidas pelo Ministério da Saúde.

§1º O licenciamento de que trata este artigo será renovado a cada ano e sua concessão será feita contra o pagamento de taxa ou emolumento, definição pela autoridade sanitária concedente.

§2º É obrigatória a afixação, nos locais de venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina, de aviso sobre

a proibição de venda desses produtos a menores e sobre os malefícios do uso desses produtos para a saúde.

Art.4º É proibida a venda de tabacos e cigarros e outros produtos contendo nicotina:

I - no prédio e nas dependências de escolas e demais estabelecimentos de ensino de todos os graus;

II - no prédio e nas dependências de centros e instalações desportivas;

III - em estabelecimentos que se destinem à guarda, estada, lazer, estudo ou moradia de crianças e adolescentes;

IV - num círculo compreendido por um raio de um quilômetro, tendo como centro qualquer um dos estabelecimentos anteriormente citados.

Art.5º É proibida a afixação de cartazes, outdoors, letreiros e outras formas de propaganda fixa de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina num círculo compreendido por um raio de um quilômetro, tendo como centro qualquer dos estabelecimentos citados no artigo anterior.

Parágrafo único - Fica igualmente proibida a realização de qualquer outra forma de publicidade e promoção de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina nessas condições.

Art.6º É proibida a afixação de marcas, logomarcas, slogan, símbolos ou cores identificativas de produtos ou de

fabricantes de tabaco, cigarros e produtos, contendo nicotina em camisetas, bonés, mochilas, sacolas, brinquedos, isqueiros, videogames, brindes e quaisquer outros produtos passíveis de uso ou consumo por menores ou a eles destinados.

Art.7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificativa

Apesar do reconhecimento crescente, por um número cada vez maior de grupos populacionais, dos malefícios do tabagismo para a saúde, este permanece como um importante problema de saúde pública em nosso País.

Estudos efetuados demonstram que fatores que favorecem o tabagismos entre crianças e adolescentes é ainda um campo aberto.

Apesar da existência de leis estaduais que proíbem a venda de cigarros a menores, crianças e adolescentes conseguem obter cigarros e produtos do tabaco em 67% (sessenta e sete por

cento) das vezes , e esta proporção cresce para 88%(oitenta e oito por cento) das vezes quando a fonte do produto é uma máquina. Restringir estes meios de acesso à droga, de formas mais efetiva, faz-se necessário.

Diante do exposto solicito a aprovação da presente medida pelos Ilustres Pares.

Sala das Sessões em, 12 de Junho de 2002.

Deputado Jose Carlos Coutinho
PFL-RJ

PROJETO DE LEI N.º 7.332, DE 2002

(Do Sr. Cabo Júlio)

Altera dispositivos da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994)

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput, inclusive de bebidas alcoólicas, nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo".

Art. 2º O art. 3º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior, inclusive de bebidas alcoólicas, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis, cartazes, na parte interna dos locais de venda".

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º Ficam revogados o § 2º do art. 1º e o caput do art. 3º da Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 trouxe grandes avanços à qualidade de vida dos brasileiros. Proibiu o uso dos produtos fumígenos em recintos coletivos, privados ou públicos exceto em áreas destinadas exclusivamente para tal fim; e nas aeronaves, até a primeira hora de viagem. Quanto à propaganda, restringiu sua ocorrência, sendo permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as 21h e 6h.

Não obstante o avanço, necessário foi intensificar as medidas que constaram na Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000. Proibiu o uso dos produtos fumígenos nas aeronaves e a propaganda nas emissoras de rádio e televisão. A única propaganda permitida pela lei só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes na parte interna dos locais de venda.

Louvável a então modificação, contudo deixou-se de lado a droga que, se não for mais, é tão agressiva quanto o cigarro.

O álcool é um depressor do cérebro e age diretamente em diversos órgãos, tais como o fígado, coração, vasos e na parede do estômago. A intoxicação é o uso nocivo de substâncias, em quantidades acima do tolerável para o organismo. Os sinais e sintomas da intoxicação alcoólica caracterizam-se por níveis crescentes de depressão do sistema nervoso central. Inicialmente há sintomas de euforia leve, evoluindo para tonturas, ataxia e incoordenação motora, passando confusão e desorientação e atingindo graus variáveis de anestesia, entre eles o estupor e o coma.

No sentido de inibir o uso, a prevenção é o melhor instrumento. Prevenir a sociedade e em especial os jovens das constantes propagandas na televisão e rádio, será o início da retomada do controle sobre o consumo do álcool.

O presente Projeto de Lei visa, como para os produtos fumígenos, proibir a veiculação em rádio e televisão de propagandas de bebidas alcóolicas. Veda, ainda, o uso destas bebidas em aeronaves.

Na convicção de que nossa iniciativa se constitui em oportuno e conveniente aperfeiçoamento da norma legal em vigor, e principalmente da prevenção e inibição do uso do álcool, esperamos poder contar com o valioso apoio dos nobres Pares em favor de sua aprovação nesta Casa.

Sala das Sessões, em 12 de novembro de 2002.

Deputado **CABO JÚLIO**

PROJETO DE LEI N.º 200, DE 2003

(Da Sra. Angela Guadagnin)

Dá nova redação ao parágrafo único, do art. 1º, da Lei nº 9294, 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.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - O parágrafo único, do art. 1º, da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico."

Art. 2º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificação

O aumento no consumo de bebidas de baixo e médio teor alcoólico, como cervejas, vinhos e em especial os produtos "ice", que misturam álcool com sucos de frutas, refrigerantes ou água, preocupa especialistas em alcoolismo. Cada vez mais reduz-se a idade em que os jovens se iniciam no consumo de bebidas, existindo muitos trabalhos científicos que mostram uma forte correlação entre o desenvolvimento de dependência química e a idade precoce com que se começa a beber.

A Lei 9.294/ 96 não considera alcoólicas as bebidas com graduação inferior a 13 graus Gay Lussac. Assim, cervejas, a maioria dos vinhos e os "ices" estão excluídos das regras que se aplicam às demais bebidas alcoólicas. Podem ser anunciados livremente na TV e no rádio sem se sujeitar às restrições de horário que existem para uísques e aguardentes. A esses produtos não se aplica nem mesmo o dispositivo que veda sua associação "a 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".

Com a chegada maciça dos produtos "ices" ao mercado teme-se que cada vez mais jovens iniciem-se no hábito de consumir álcool. Essas bebidas disfarçam o sabor característico das bebidas alcoólicas tradicionais tornando-as agradáveis ao paladar juvenil.

Não se trata, é claro, de proibir as cervejas, vinhos e mesmo os "ices", ainda que se suspeite que esses últimos visem principalmente ao público juvenil, que, em tese, não deveria beber. Mas é preciso pelo menos estar atento para que os fabricantes não lancem agressivas campanhas de marketing para capturar os jovens, como vem ocorrendo. A cidade de São Paulo, por exemplo, está repleta de outdoors anunciando "ices". E a televisão exibe grande quantidade de propagandas desses produtos.

É evidente que a distinção de graduação alcoólica estabelecida pela Lei 9294/96 não encontra amparo em nenhum trabalho científico conhecido nem nas regras do bom senso. Por isso, é necessário um controle mais efetivo da propaganda de bebidas alcoólicas, assim como foram realizadas para a propaganda de cigarros as modificações introduzidas pela Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de

2000. Por isso, não existe razão para não fazer o mesmo em relação às bebidas alcoólicas.

Ambos os produtos são legais e tem o consumo permitido no país. Isso não significa que sua utilização deva ser incentivada através de mensagens enganosas que procuram ludibriar os mais jovens. Nesses casos, o dever do legislador é coibir os riscos associados ao abuso, que existem e não são desprezíveis.

Em razão do exposto e alcance social da matéria, contamos com o apoio dos ilustres pares para a aprovação de nossa proposta.

Sala das Sessões, em 25 de fevereiro de 2003.

ANGELA GUADAGNIN
Deputada Federal

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 estimulo 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 Nº 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.

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 de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

***Ver MedidaProvisória Nº 2190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

Altera dispositivos das Leis no 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e no 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

."Art.2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(NR)

§ 1º

.....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"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."

"Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 204, DE 2003

(Do Sr. Rubinelli)

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

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

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 sobre os males e danos causados pelo álcool as pessoas, inseridas de forma legível. (NR)"

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

Justificação

O tabagismo e o alcoolismo configuram-se em graves problemas de nossa sociedade, por criar dependência química e levar ao desenvolvimento de enfermidades graves e de tratamento oneroso, para os cidadãos, e principalmente para o Estado.

O atual texto normativo, recomendando que se evite o consumo excessivo de álcool, não é suficiente para causar um impacto e as pessoas diminuírem o seu consumo.

A medida proposta visa estabelecer um tratamento isonômico entre a propaganda do tabagismo e a do álcool, tendo em vista que primeira é muito mais rígida do que a segunda.

Assim, essa proposição que ora apresentamos á apreciação dessa Casa, ombora represente apenas uma pequena iniciativa, cremos tratar-se de relevante medida sócio-educativa.

Desse modo, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, com vistas á aprovação dessa propositura, que se reveste de inegável alcance social.

Sala das Sessões, em 26 de fevereiro de 2003

Deputado Wagner Rubinelli

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 Nº 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.

.....

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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 504, DE 2003

(Do Sr. Bismarck Maia)

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".

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-204/2003.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O § 2° do art. 4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 2° Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão a seguinte advertência exibida de forma clara e visível: " O consumo de álcool pode provocar dependência física e psíquica". (NR)".

Art. 2° Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Mesmo após o advento da Lei 9.294, de 1996, o consumo de bebidas alcoólicas vem se tornando cada vez maior, inclusive entre os mais jovens e as mulheres. No texto em vigor, as advertência prevista para as embalagens de cigarros são bastante efetivas, ainda mais se consideramos as fotografias associadas.

No entanto, no caso do álcool, a prevenção do abuso através de mensagens ainda é muito débil. Acreditamos que uma ênfase maior no perigo de causar dependência tanto física quanto psíquica é uma estratégia de baixo custo e que produz muito bons resultados. Assim sendo, pretendemos aperfeiçoar a Lei em tela, neste sentido.

A redução do consumo de bebidas alcoólicas resultará em menores taxas de doenças associadas, das mais variadas naturezas, além de redução substancial de incidentes violentos em nossa sociedade.

Desta forma, tenho a certeza de receber o apoio dos ilustres Pares para o acolhimento deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 26 de março de 2003.

Deputado **Bismarck Maia**

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.

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

Art. 4º Somonte 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 212, DE 2003

(Do Sr. Feu Rosa)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas destiladas em quiosques de praia, em feiras livres e por ambulantes em logradouros e locais públicos.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica proibida a comercialização de bebidas alcoólicas destiladas em quiosques de praia, em feiras livres e por ambulantes em quaisquer outros logradouros e locais públicos.

Parágrafo único. A proibição estende-se à comercialização de drinques e coquetéis de qualquer tipo, em cuja preparação sejam utilizadas as bebidas mencionadas no *caput*.

Art. 2º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita o infrator à multa de R$ 1.000,00 (um mil reais) e à apreensão do estoque de bebidas destiladas encontrado em seu poder.

Parágrafo único. Em caso de reincidência a multa estabelecida no *caput* eleva-se para R$ 5.000,00 (cinco mil reais).

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A comercialização de bebidas alcoólicas destiladas em locais públicos atingiu níveis lamentáveis em todo o território nacional e, em especial, nas praias, no período de verão. Os ambulantes que tradicionalmente vendiam sorvetes, refrescos e biscoitos passaram a ofertar cervejas e bebidas alcóolicas, preparadas com a utilização de cachaça, vodca, uísque, etc.

O mesmo fenômeno pode ser observado, também, nas feiras de artesanato, nas competições esportivas e em muitos outros lugares públicos onde, geralmente, podemos observar famílias, adolescentes e até crianças aproveitando seus momentos de folga e buscando lazer nos finais de semana.

A venda de bebidas com elevado teor alcóolico nesses locais, por outro lado, pode ocasionar situações desagradáveis e até perigosas, uma vez que torna-se difícil para as autoridades o controle de seu consumo. É nesse ambiente que muitos menores de idade, que não podem ainda freqüentar bares e boates, encontram a oportunidade para seu primeiro contato com a bebida.

Em função disso, a comercialização de bebidas alcoólicas destiladas em locais públicos tem sido objeto de regulamentação restritiva em alguns municípios de nosso País. O noticiário da imprensa nesses locais leva a crer que os resultados obtidos têm sido amplamente favoráveis no que respeita à redução dos índices de violência.

Por esses motivos conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 21 de Fevereiro de 2003.

Deputado Feu Rosa

PROJETO DE LEI N.º 327, DE 2003

(Do Sr. Pastor Reinaldo)

Dispõe sobre a proibição de comercialização de bebidas alcóolicas em estádios de futebol e ginásios esportivos.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É vedada a comercialização e o uso de bebidas alcoólicas no interior de estádios de futebol, ginásios e praças de esportes, assim como no raio de 1 (um) quilometro de sua localização, por ocasião dos eventos esportivos.

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

JUSTIFICAÇÃO

Não é mais suportável a sociedade assistir as dramáticas cenas de violência que ocorrem durante os jogos esportivos envolvendo torcedores em brigas que em muitas vezes geram graves agressões físicas e mortes.

Nas ocorrências policias existem a constatação que em grande parte as brigas e confusões nos estádios e ginásios de esportes são motivadas pelo excesso do uso de bebida alcoólica.

Este Projeto de Lei tem o objetivo de buscar a inibição da violência nos eventos esportivos e garantir aos torcedores segurança.

Acreditando na relevância de nossa preocupação, conclamamos nossos ilustres pares desta Câmara dos Deputados à analise e aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 13 de março de 2003

Deputado PASTOR REINALDO
PTB/RS

PROJETO DE LEI N.º 330, DE 2003

(Do Sr. Pastor Pedro Ribeiro)

Altera dispositivos da Lei n.º 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".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger com as seguintes alterações:

"Art. 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas comercializadas em todo o território nacional conterão, além do teor alcoólico, a inserção obrigatória de mensagem de advertência, em fonte de letra tipo "times new roman", maiúsculas, com 1cm (um) de altura, e que ocupem, no mínimo, 20% de espaço dos mesmos, para esclarecer o consumidor quanto aos malefícios decorrentes da ingestão de álcool, nos seguintes termos:

I- "evite o consumo de álcool"

II- "o álcool gera dependência"
III- "o álcool incapacita"
IV- "cuidado, o álcool mata"
V- "o álcool vicia".

§ 3° As mensagens e/ou a que for escolhida das citadas no parágrafo anterior, deverão(á), também, ser exposta(s) em lugares visíveis, nos estabelecimentos que as comercializem.

§ 4° No caso de produtos importados, é responsabilidade do importador o cumprimento do disposto nesta lei.

§ 5° Não se aplica o disposto no § 2° aos produtos destinados à exportação.

§ 6° Quanto às bebidas alcoólicas, são proibidos:

I- o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
II- a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar e à margem das rodovias;
III- a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
IV- a comercialização em estabelecimento de ensino, de saúde e em local público;
V- o consumo por menores de 16 anos, em recintos coletivos.

Art. 2° O parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger com a seguinte redação:

"Art. 1° .....

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

Art. 3° O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de até 60(sessenta) dias contados de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de 180(cento e oitenta) dias contados de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Um dos grandes desafios do momento é a mobilização da sociedade para o enfrentamento do alto consumo de bebidas alcoólicas no País, da mesma forma como se deu com a grande campanha contra o tabagismo.

Como resultado dessa mobilização, as estatísticas mostram que o brasileiro passou a fumar menos. Em relação às bebidas alcoólicas, a situação é inversa: a população passou a beber mais. Em decorrência das restrições impostas à propaganda de cigarro, o seu consumo caiu, consideravelmente. Por outro lado, a liberalização em relação à bebida vem contribuindo para a elevação do seu consumo.

A sociedade parece ter esquecido que o consumo de álcool é tão ou mais danoso à saúde pública quanto o cigarro. A ingestão de álcool está comprovadamente ligada a várias patologias: hipertensão arterial, AVC, insuficiência coronariana, doenças mentais, úlcera gástrica e duodenal, cirrose hepática e vários tipos de câncer.

O álcool é uma droga psicotrópica que atua no sistema nervoso central, provocando mudanças de comportamento de quem

o consome, além de ter alto potencial para desenvolver dependência. Não se entende que o seu consumo seja não só admitido, como incentivado pela sociedade e até pelo núcleo familiar.

É ainda mais preocupante a alta incidência de consumo de álcool pela população jovem. O contato com a bebida ocorre, em média, aos 11 anos de idade. O álcool é, então, a porta de entrada de outros tantos vícios, inclusive do uso de drogas pesadas.

E os fabricantes vêm investindo pesadamente em bebidas direcionadas para jovens. É o caso dos produtos "ices", servidos em "festinhas ruidosas", onde é predominante a presença de adolescentes. Mensagens relacionadas à bebida, focadas no hábito de vida dos jovens, no esporte, na diversão, na boa performance sexual, no sucesso na vida, são jogadas constantemente a estas pessoas de pouca idade, ainda estruturalmente vulneráveis e sem condições de discernir o que está por trás da propaganda..

São incalculáveis os riscos representados pelo consumo precoce de bebidas alcoólicas. Estudos da UNIFESP revelam que "quanto mais cedo se começa a beber, mais chance a pessoa terá de ficar dependente."

Para enfrentarmos este problema, estamos levando à consideração do Congresso Nacional o presente Projeto de Lei que altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996:

- propondo que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas comercializadas no território nacional - excluindo-se, portanto, os produtos destinados à exportação -. contenham, além do teor alcoólico, mensagem de advertência que esclareça o consumidor quanto aos malefícios decorrentes da ingestão continuada de álcool;

- introduzindo dispositivo que veda as empresas que fabricam ou comercializam bebidas alcoólicas de patrocinar atividade cultural ou desportiva; de veicular
propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco e à margem de rodovias; de distribuir qualquer tipo de amostra ou brinde e, também, de comercializar o produto em estabelecimento de ensino, de saúde e em locais públicos;
- vedando o consumo, por menores de 16 anos, em recintos coletivos, assim definido pelo Decreto nº 2.018, de 1º.10.96, que regulamenta a Lei nº 9.294, de 15.07.96:

> ***"recinto coletivo**: local destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como, casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabeleciamentos similares" (Dec. Nº 2.018, de 15.07.96, art. 2º-I).*

A proibição do consumo de bebidas alcoólicas por menores de 16 anos é, no nosso entender, uma medida complementar àquela constante na Lei nº 8.069, de 13.07.90 (Estatuto da Criança e do Adolescente), que estabelece a "proibição de venda de bebidas alcoólicas à criança e ao adolescente" (art. 81-II).

A prática mostra que a simples proibição de venda não se revela eficaz. Os adultos compram e os menores consomem abertamente. Ao proibir o consumo de bebidas alcoólicas, por menores de 16 anos, nos "recintos coletivos", estamos criando mais um fator impeditivo ao acesso dos jovens a este vício comprovadamente maléfico.

Merece um destaque especial, ainda, o art. 2º do Projeto, que dá nova redação ao parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15.07.96. Com a nova redação, as bebidas alcoólicas passam a ser
definidas como *"as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a quatro graus Gay Lussac"*

A nova definição tem como objetivo precípuo defender a população jovem que vem sendo sistematicamente pressionada pela propaganda e pela oferta a preços baixos dos denominados produtos "ices" (mistura de vodka, uisque, rum ou cachaça, com sucos, água ou outro líquido), com teor alcoólico em torno de 5%. É com estes produtos, vendidos como "poções mágicas", que os fabricantes "molham com álcool, pela primeira vez, os bebdores juvenis".

Com a nova redação dada ao parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15.07.96, passaram a ser estes produtos considerados, também, como bebidas alcoólicas e, portanto, sujeitos às restrições impostas pela legislação vigente.

O presente Projeto de Lei tem embasamento constitucional: art. 220, § 4º da Constituição Federal, que assim estabelece:

> ***"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 do seu uso"***

Este dispositivo constitucional foi devidamente regulamentado pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Estamos propondo alterações que, no nosso entender, permitirão um efetivo trabalho de combate ao alcoolismo e ajudarão a criar um ambiente

saudável e protegido, ao abrigo das conseqüências nefastas do consumo de álcool.

Dada a relevância social da Proposta, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares na sua rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2003

Deputado PASTOR PEDRO RIBEIRO

PROJETO DE LEI N.º 412, DE 2003

(Do Sr. Jorge Boeira)

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".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

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:

" § 2º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão mensagens sobre alcoolismo e outras doenças físicas e psíquicas decorrentes do uso abusivo de bebidas alcoólicas, de acordo com as normas regulamentadoras. (NR)".

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

JUSTIFICAÇÃO

O sucesso na redução do uso de derivados do fumo que se observou após a edição da Lei 9.294 não se repetiu com relação ao uso abusivo e à dependência do álcool.

Ao observarmos a lei em questão, encontramos a advertência "evite o consumo excessivo de álcool" como obrigatória. Ora, acreditamos que esta frase tem impacto próximo a zero diante da gravidade e da extensão dos males provocados pelo abuso das bebidas alcoólicas. Evitar o consumo excessivo, a nosso ver, é uma frase suave demais, desprovida do poder de provocar mudanças em hábitos muitas vezes bastante arraigados.

Assim, propomos que as mensagens nos rótulos versem sobre alcoolismo e tantas outras doenças físicas e psíquicas decorrentes do abuso do álcool, muitas delas fatais. A melhor forma de determinar seu conteúdo é através das normas regulamentadoras, a serem elaboradas pelo Ministério da Saúde. Por exemplo, como conseqüência do alcoolismo podem se desenvolver patologias diversas, e não somente a cirrose hepática, de conhecimento geral. São encontradas alterações cerebrais, diferentes tipos de câncer, cardiopatias, úlcera, esofagite, pancreatite, entre inúmeros problemas. Isto, sem mencionar os danos potenciais para o feto em gestação, e o aumento no número de acidentes, de trânsito, domésticos ou de trabalho.

A lista de danos à saúde pelo abuso de álcool é extensa e inclui condições de extrema gravidade. Desta forma, temos a certeza de receber apoio incondicional para esta proposta.

Sala das Sessões, em de de 2003.

19/03/03

Deputado Jorge Boeira

PROJETO DE LEI N.º 445, DE 2003

(Do Sr. Luiz Bittencourt)

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 parágrafo 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com as seguintes alterações:

" Art. 4º .....

.....

§ 2º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão advertências sobre os danos causados pelo álcool à mente humana."(NR).

§ 3º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do abuso do álcool, de acordo com as normas regulamentadoras."

Art. 2º Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294, de 1996 deixou algumas lacunas que foram sanadas pela Lei 10.167, de 27 de dezembro de 2000. No entanto, observamos que prepondera a preocupação com o produtos fumígenos. Quanto a bebidas alcoólicas, as restrições à propaganda são bastante pequenas.

Sentindo a necessidade premente de reduzir o consumo excessivo de álcool, tendo em vista a seriedade dos agravos que ele traz para a saúde e para a saúde de toda a sociedade, além dos prejuízos econômicos que dele decorrem, acreditamos ser indispensável reformular as mensagens de advertência constantes nos rótulos e embalagens, bem como inserir em todas as peças publicitárias mensagens de alerta sobre danos à saúde.

Para elaborar o conteúdo destas mensagens, recorremos à

regulamentação por parte do Poder Executivo.

Isto posto, elaboramos este projeto de lei, ora submetido à apreciação dos ilustres Pares, contando com a célere aprovação que tema de tal gravidade demanda.

Sala das Sessões, em 19 de março de 2003.

Deputado Luiz Bittencourt

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 Nº 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.

.....

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. 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.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

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 FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(NR)

§ 1º .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"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."

"Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO).

Art. 3º (VETADO).

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

PROJETO DE LEI N.º 871, DE 2003

(Do Sr. Julio Lopes)

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelec restrições para a venda de bebidas alcoólicas e dá outras providências

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1° Fica revogado o parágrafo único do **art. 1°** da Lei n° **9.294**, de **15** de julho de **1996**.

Art. 2° Acrescente-se o **art. 1°A** à Lei n° **9.294**, de **15** de julho de **1996**, que passa a vigorar com a seguinte redação:

"**Art. 1°A** Para efeito desta Lei a graduação alcoólica de uma bebida será expressa em porcentagem de volume de álcool etílico, à temperatura de vinte graus Celsius.

Parágrafo único Bebida alcoólica é a bebida com graduação alcoólica acima de meio e até cinqüenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius .

Art. 3° Acrescente-se o seguinte **§ 3°** ao **Art. 4°** da Lei **9.294**, de **15** de julho de **1996**.

"**Art 4°** Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e a seis horas.

§ 1° .....
§ 2° .....

§ 3° Os rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência em, letras grandes e destacadas, com os seguintes termos : " É proibida a venda e o consumo de bebida alcoólica a menores de 18 anos" e " a bebida alcoólica causa dependência química".

Art. 4° Fica proibida a venda de bebidas alcoólicas para menores de dezoito anos, por quaisquer estabelecimentos, inclusive supermercados, lojas de conveniências, restaurantes, bares, boates, lanchonetes ou similares.

Art. 5° Aplicam-se aos infratores desta lei, além das outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – Multa de ***R$ 500, 00*** a ***R$ 1.500,00***
II – em caso de reincidência, além da multa estipulada, detenção de *1* a *3* anos.

Art. 6° Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O projeto ora apresentado visa a inibir o crescente consumo de bebidas alcoólicas pelos mais jovens das chamadas bebidas **'ice'** em geral – entre os produtos alcançados pela Lei **9.924**, de **15** de julho de **1996**.

Atualmente são toleradas as bebidas com teor alcoólico acima de meio por cento em volume, a vinte graus Celsius, que são consideradas drogas.

Estudos do Ministério da Saúde, elaborados pelo Serviço de Atenção ao Alcoolismo e à Drogadição da Coordenação da Saúde Mental, definiram como bebida alcoólica toda e qualquer bebida que em sua formulação contenha álcool etílico, independentemente do seu grau de concentração, o que sepulta em definitivo o exposto do parágrafo único do **art. 1°** da Lei n° **9.294**, de **15** de julho de **1996**, que considera alcoólicas somente as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac. Neste aspecto é a nossa proposta para que se revogue esse dispositivo, dando-se novo conceito à bebida alcoólica, seguindo a forma semelhante à formulação inserta no Decreto n° **3.510**, de **16** de junho de **2000**, definição essa proveniente de um regulamento do Ministério da agricultura, não guardando, portanto, relação com a preservação da saúde coletiva. Porém, ao nosso ver, ao inserir esse dispositivo na presente proposição, estaremos alcançando o propósito da preservação da saúde, por meio de um instrumento cogente de maior hierarquia no ordenamento jurídico.

Dados confirmados pelo **IV** Levantamento sobre o Uso de Drogas entre Estudantes de **1°** e **2°** graus, em **10** capitais brasileiras – realizado pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas – CEBRID, da Escola Paulista de Medicina relatam: " a cerveja é a bebida usada com mais freqüência pelos estudantes **(36%)**, seguidas pelos vinhos **(15,3%)** da preferência.

O Espanto maior advém do fato que esses estudos não levaram em conta a maior das novidades do mercado, até porque ela chegou após a sua conclusão: o consumo cada vez maior das bebidas denominadas "ice". Hoje, encontramos no mercado, à mão da parcela mais jovem da sociedade, incluindo- se adolescentes e até pré-adolescentes, esse terrível produto. São "ice vodca", "ice cachaça" e etc , que disfarçados, até com o gosto suave de sucos de frutas, levam esses jovens ao consumo desmesurado e ao vício com a idade cada vez mais precoce.

A proibição da venda dessas bebidas a menores de dezoito anos e a obrigação da advertência nas embalagens dessas bebidas, principalmente nas denominadas "ice", *justifica-se pois hoje, embora haja a proibição legal da* venda desses produtos em estabelecimentos como bares e restaurantes, nada se

faz a respeito da proibição da venda desses produtos para adolescentes e até crianças, em supermercados em geral e similares. Esses estabelecimentos vende, sem pudores, essas bebidas a menores , sempre alegando que a proibição está do "servir" o produto e não no "vender" o produto. Portanto é necessário que a legislação deixe bem clara e explícita a proibição generalizada da venda de bebidas alcoólicas para os que especifica, bem como deixe claro também o danoso efeito que o seu uso traz à saúde, fazendo a advertência na forma proposta – por meio de avisos de advertência em letras ressaltadas, nos rótulos dos produtos.

É intenção deste Parlamentar regulamentar a venda e o consumo de bebidas alcoólicas, se não para dirimir de vez o grave problema social e familiar que drogas desse tipo trazem, pelo menos para que com essa medida a incidência de consumo de bebidas alcoólicas caia significativamente entre os jovens.

Sala das Sessões em, de 2003.

30/04/03

DEPUTADO JULIO LOPES
PP / RJ

EMENDA Nº
01 / 95

PROJETO DE LEI Nº
4.846 / 94

CLASSIFICAÇÃO
[ ] SUPRESSIVA [ ] SUBSTITUTIVA [ ] ADITIVA DE
[ ] AGLUTINATIVA [ ] MODIFICATIVA

COMISSÃO DE Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática

AUTOR	PARTIDO	UF	PÁGINA
DEPUTADO José Santana de Vasconcellos	PFL	MG	1 / 1

TEXTO/JUSTIFICAÇÃO

Substitua-se a redação do artigo 3º do PL 4.846/94 pela seguinte:

"Artigo 3º. É vedado o consumo de bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais, assim como sua venda pelos estabelecimentos comerciais de qualquer natureza situados às suas margens, quando para consumo imediato.

JUSTIFICATIVA

O objetivo do dispositivo que ora pretendemos emendar é absolutamente correto, pois o consumo de bebidas alcoólicas por motoristas traz riscos à saúde de todos.

Entretanto, é preciso aperfeiçoar a redação do dispositivo para não proibir a venda de bebidas em supermercados e armazéns localizados nas estradas, pois nesses locais o consumidor não bebe, apenas compra o produto para consumir em casa.

O motorista que para no bar ou restaurante nas estradas e consome bebidas alcoólicas pode causar acidentes, mas a dona de casa que vai ao supermercado comprar bebidas para consumo doméstico não traz risco nenhum a comunidade.

PARLAMENTAR

06 / 04 / 95

02/95

CLASSIFICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº

4.846 / 94

[ ] SUPRESSIVA [ ] SUBSTITUTIVA [ ] ADITIVA DE
[ ] AGLUTINATIVA [ ] MODIFICATIVA

COMISSÃO DE Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática

AUTOR	PARTIDO	UF	PÁGINA
DEPUTADO José Santana de Vasconcellos	PFL	MG	1/1

TEXTO/JUSTIFICAÇÃO

Substitua-se a redação do §1° do artigo 1° do PL 4.846/94 pela seguinte:

"§ 1° - Os rótulos das bebidas alcoólicas deverão contar a advertência "Evite os riscos do consumo excessivo de álcool"

E, em consequência suprimam-se os §§ 2° e 3° do mesmo artigo.

JUSTIFICATIVA

A presente emenda visa a estabelcer a obrigatoriedade de uso de frase de advertência nos rótulos das bebidas.

O uso de frase nos rótulos e não na propaganda desses produtos segue a tendência de legislações adotadas em países importantes como Itália e Estados Unidos da América.

PARLAMENTAR

06/04/95
DATA

ASSINATURA

EMENDA Nº
01 | 99

USO EXCLUSIVO DA COMISSÃO

PROJETO DE LEI Nº
4.846/94

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

AUTOR: DEPUTADO	PARTIDO	UF	PÁGINA
Dr. HÉLIO	PDT	SP	1

TEXTO/JUSTIFICAÇÃO

Altera a redação do art. 2º e 4º , passando a vigorar com o seguinte texto:

" Art. 2º - É vedada a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios de esporte, bem como a sua comercialização ". (NR)

" Art. 3º - A inobservância a qualquer das disposições desta Lei sujeitará os infratores a multa de 2.000 UFIR's ".

JUSTIFICAÇÃO

Além de não vincular a prática de esporte a nenhum tipo de propaganda cujo produto seja efetivamente prejudicial à saúde, no caso das bebidas alcoólicas, a proibição de sua venda em locais de grande aglomeração de torcedores como estádios de futebol e ginásios poliesportivos, contribuirá bastante para a não ocorrência das famosas e violentas brigas de torcidas organizadas.

15.05.94

DATA

ASSINATURA PARLAMENTAR

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 4.846/94, de autoria do nobre Deputado Francisco Silva, estabelece medidas destinadas à restrição do consumo de bebidas alcoólicas. A proposta proíbe a vinculação da publicidade desses produtos à prática desportiva, obriga a inserção de advertência sobre os prejuízos à saúde do seu consumo, permite sua publicidade em rádio e TV somente após as 22 horas, veda sua publicidade em estádios de futebol e ginásios de esporte e, por último, proíbe o consumo de bebidas alcoólicas em estabelecimentos às margens das rodovias federais.

Inicialmente, o Projeto foi distribuído às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, e de Economia, Indústria e Comércio, para análise de mérito, e de Constituição e Justiça e de Redação, para exame de admissibilidade, tendo sido despachado com poder terminativo nas Comissões, em conformidade com o inciso II do artigo 24 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Por decisão da Presidência da Casa em 15 de março de 2000, a competência para apreciar o Projeto de Lei nº 4.846/94 foi transferida ao Plenário, devendo a Comissão de Constituição e Justiça e de Redação também pronunciar-se quanto ao mérito da Proposição.

Passados quase dez anos de sua apresentação, foram apensados à proposição principal os seguintes projetos de lei:

- Projeto nº 1.602/96 (Deputado Ary Kara), que proíbe serviço ou venda de bebida alcoólica em estabelecimentos comerciais situados em terrenos contíguos às faixas de domínio do DNER e obriga comerciantes em tais situações a assumir compromisso por escrito junto ao DNER, sob pena de cancelamento da autorização para acesso às rodovias.

- Projeto nº 3.037/97 (Deputado Robson Romero), que proíbe propaganda estática de derivados do tabaco e bebidas alcoólicas em estádios, ginásios, autódromos e locais similares (modifica o art. 5º da Lei nº 9294, de 1996) e veda a utilização de trajes esportivos e veículos de competições para difundir a propaganda dos produtos de que trata a Lei nº 9.294, de 1996.

- Projeto nº 3.042/97 (Deputado Marçal Filho) que suprime o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996 (que considera bebida alcoólica aquela potável com teor alcoólico superior a 13º GL), permite a propaganda de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos e demais derivados do tabaco, bem como de bebidas alcoólicas, em rádio e TV, somente das 23 horas às 4 horas e suprime o § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 1996 (que libera as

chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos das advertências rotativas).

- Projeto nº 3.380-A/97 (Deputada Dalila Figueiredo), que acrescenta duas novas advertências rotativas ao § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1997: a) "fumar pode matar"; b) "a nicotina vicia".

- Projeto nº 3.497/97 (Deputado Silas Brasileiro), que proíbe a venda de bebida alcoólica dentro de estádios ou ginásios desportivos e a 300 metros de onde estiverem instalados.

- Projeto nº 3.626/97 (Deputado Ricardo Izar), que substitui a expressão "as salas de aula" por "todas as dependências dos estabelecimentos de ensino" no § 1º do art. 2º da Lei 9.294, de 1996, proibindo o uso de derivados de tabaco nestas dependências.

- Projeto nº 3.852/97 (Deputado Edinho Bez), que veda o uso de cigarros, charutos e bebidas alcoólicas em estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus.

- Projeto nº 3.858/97 (Deputado Marquinho Chedid), que proíbe o armazenamento, a comercialização ou a oferta de bebidas alcoólicas em estabelecimentos localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio do órgão rodoviário federal.

- Projeto nº 3.869/97 (Deputado Corauci Sobrinho), que obriga a inserção da advertência "o consumo de bebida alcoólica prejudica a saúde" nos rótulos dos frascos e embalagens e a veiculação da mesma advertência nas propagandas nos meios de comunicação.

- Projeto nº 3.993/97 (Deputado Enio Bacci), que proíbe toda publicidade de bebidas alcoólicas em qualquer órgão de imprensa.

- Projeto nº 4.062/98 (Deputado Jorge Wilson), que proíbe a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas e derivados de tabaco, bem como do respectivo slogan, logotipo, logomarca ou padrão gráfico, em estádios e locais destinados à prática de desportos, em veículos de competição e em trajes esportivos.

- Projeto nº 4.111/98 (Deputada Maria Valadão), que permite a propaganda de bebidas alcoólicas em rádios somente entre 22 e 6

horas, veda a propaganda de bebidas alcoólicas nas televisões, cria advertências rotativas para publicidade de bebidas alcoólicas, inclusive em seus rótulos e veda a associação da publicidade de bebidas alcoólicas ao esporte, desempenho saudável de qualquer atividade, condução de veículos e maior êxito ou sexualidade das pessoas.

- Projeto nº 4.160/98 (Deputado Aldir Cabral), que obriga que os rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas nacionais ou importadas, com qualquer teor alcoólico, façam alusão ao crime que se comete com a não observância do art. 306 da Lei 9.503 (Código de Trânsito Brasileiro), que os estabelecimentos que ofereçam bebidas alcoólicas fixem impressos com a mesma advertência e que ela também conste da propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.204/98 (Deputado Dilso Sperafico), que veda a propaganda de bebidas alcoólicas no rádio e na TV e, nos demais veículos de comunicação e obriga a utilização de mensagens de advertência rotativas, inclusive nos rótulos.

- Projeto nº 4.215/98 (Deputada Lídia Quinan), que cria mensagens de advertência rotativas para a propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.258/98 (Deputado Moisés Bennesby), que obriga que embalagens de produtos fumígeros tragam a advertência: "o fumo faz mal à saúde" e que tal advertência deve também ser veiculada juntamente com qualquer tipo de publicidade.

- Projeto nº 4.333/98 (Deputado Fernando Zuppo), que proíbe a propaganda comercial de produtos fumígeros e cria advertências rotativas para embalagens de produtos fumígeros.

- Projeto nº 4.469/98 (Deputado Jorge Wilson), que cria advertência para propaganda de bebidas alcoólicas: "O Ministério da Saúde adverte: a ingestão de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde".

- Projeto nº 4.528/98 (Deputado Raimundo Santos), que obriga que anúncios, vídeos de propaganda e embalagens de bebidas alcoólicas contenham mensagens sobre perigos do alcoolismo.

- Projeto nº 4.538/98 (Deputado Ursicino Queiroz), que torna crime o armazenamento, a venda ou a oferta de bebidas alcoólicas em estabelecimentos localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio público das rodovias e obriga os estabelecimentos à afixação de avisos com a proibição.

- Projeto nº 4.618/98 (Deputado Telmo Kirst), que obriga que os anúncios, "vídeo-clips" e outras formas de propagandas de bebidas alcoólicas contenham advertências sobre efeitos adversos e que as embalagens contenham informações sobre teor alcoólico e indicação dos danos que a dosagem pode causar à saúde ou sobre exames quanto à medição de instrumentos de controle de trânsito.

- Projeto nº 4.680/98 (Deputado José Pinotti), que proíbe a propaganda de derivados do tabaco em rádio e TV, define que a propaganda em outros veículos deve sujeitar-se aos princípios que estabelece e conter mensagens rotativas de advertência e veda a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade de derivados do tabaco a menos de 200 metros de estabelecimentos de ensino ou destinados à prática de desportos.

- Projeto nº 4.705/98 (Deputado Elias Murad), que limita a publicidade de bebidas alcoólicas em rádio e TV ao período entre 21 e 6 horas, cria advertência: "O Ministério da Saúde adverte: o consumo excessivo de álcool é prejudicial à saúde" para publicidade e embalagens, veda a participação em propagandas de bebidas alcoólicas de atores, modelos, figurantes ou personagens menores de 18 anos, bem como a associação a esportes olímpicos, de competição, desempenho saudável, condução de veículos, sexualidade ou maior êxito e proíbe a publicidade de bebidas com teor alcoólico inferior a 13º GL em programas livres ou destinados às crianças, bem como em seus intervalos comerciais.

- Projeto nº 4.796/98 (Deputado Vicente André Gomes), que cria mensagens de advertências rotativas para propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 251/99 (Deputado Valdemar Costa Neto), que considera bebida alcoólica aquela potável com qualquer teor alcoólico, veda o consumo de derivados de tabaco em áreas que não aquelas destinadas a esse fim, nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, obriga que a propaganda desses produtos contenha advertência rotativa segundo estabelecido pelo

Ministério da Saúde e proíbe a venda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas para menores de 18 anos em qualquer estabelecimento.

- Projeto nº 633/99 (Deputado Bispo Rodrigues), que veda a chamada e caracterização de patrocínio de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em eventos desportivos pelo rádio e TV, bem como a propaganda estática em estádios, autódromos e locais para eventos desportivos e veda o uso de trajes desportivos para veiculação de propagandas de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 806/99 (Deputado João Caldas), que limita a publicidade de derivados do tabaco e produtos fumígeros e bebidas alcoólicas às publicações especializadas e das 22 às 6 horas no rádio e TV.

- Projeto nº 931/99 (Deputado Luiz Ribeiro), que cria mensagem de advertência para rótulos de bebidas alcoólicas, bem como na publicidade em qualquer meio de comunicação.

- Projeto nº 963/99 (Deputado Ronaldo Vasconcellos), que veda o uso de produtos fumígeros em aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo após 1 hora de viagem, e quando houver parte reservada aos fumantes, bem como em quaisquer dependências de estabelecimentos de ensino, exceto superior.

- Projeto nº 964/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que veda a oferta e a ingestão de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

- Projeto nº 1.004/99 (Deputado Glycon Terra Pinto), que veda o fumo em aeroportos e a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

- Projeto nº 1.056/99 (Deputado Bispo Rodrigues), que obriga que as embalagens de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas contenham relação de todas as doenças causadas por tais produtos.

- Projeto nº 1.100/99 (Deputado Ursicino Queiroz), que dobra a pena para quem servir bebidas alcoólicas a pessoas em estado de embriaguez, se o agente é proprietário de bares, restaurante ou similares e sabe tratar-se de pessoa que esteja conduzindo veículo automotor.

- Projeto nº 1.151/99 (Deputado Feu Rosa), que acrescenta dispositivo ao Código Penal tornando crime armazenar, vender ou ofertar bebida alcoólica em posto de abastecimento de combustíveis ou estabelecimentos a ele conjugados.

- Projeto nº 1.160/99 (Deputado Bispo Rodrigues), que proíbe comercializar, fornecer ou servir bebida com qualquer teor alcoólico às margens das rodovias.

- Projeto nº 1.175/99 (Deputado Pastor Jorge), que proíbe o fumo nos locais públicos que menciona.

- Projeto nº 1.277/99 (Deputado Freire Júnior), que considera bebida alcoólica aquela potável com qualquer teor alcoólico.

- Projeto nº 1.346/99 (Deputado Paulo Marinho), que modifica a Lei nº 9.294, de 1996 para somente permitir propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas na imprensa escrita, excetuados os periódicos que se destinam, ainda que parcialmente ao público infantil ou juvenil e em painéis, cartazes e outdoors e cria mensagens rotativas para propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 1.382/99 (Deputado Glycon Terra Pinto), que proíbe a participação de atleta que tenha feito propaganda de bebida alcoólica em competições oficiais.

- Projeto nº 1.408/99 (Deputado Glycon Terra Pinto), que restringe a propaganda de bebidas alcoólicas em rádio e TV ao período de 21 às 6 horas e cria mensagens rotativas de advertência na publicidade e nos rótulos de embalagens de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 1.490/99 (Deputado Neuton Lima), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas em postos de gasolina situados em áreas urbanas ou nas rodovias, lojas de conveniência e restaurantes em margens de rodovias.

- Projeto nº 1.512/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que proíbe que programas veiculados em TV no horário das 6 às 21 horas apresentem atores, jornalistas ou entrevistados consumindo bebida alcoólica ou descrevendo o produto, sua embalagem ou sua caracterização.

- Projeto nº 1.599/99 (Deputado Lincoln Portela), que proíbe propagandas de produtos fumígeros em rádio e TV.

- Projeto nº 1.706/99 (Deputado Lincoln Portela), que permite a propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico em rádios e TVs (inclusive por assinatura) somente entre 22 e 6 horas.

- Projeto nº 1.761/99 (Deputado Ronaldo Vasconcellos), que define a área em recinto coletivo destinado ao uso de produtos fumígeros como aquela devidamente isolada, da qual não saiam odores e fumaças para outros recintos.

- Projeto nº 1.893/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que modifica o Estatuto da Criança e do Adolescente para vedar exibição de chamadas ou inserções publicitárias de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifícios durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

- Projeto nº 1.923/99 (Deputado Benedito Dias), que proíbe o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves.

- Projeto nº 1.955/99 (Deputado Ricardo Noronha), que cria mensagens de advertência rotativas na publicidades e rótulos de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 1.982/99 (Deputado Roberto Pessoa), que proíbe a liberação de recursos da União, dos Estados, do DF e dos Municípios para eventos culturais patrocinados ou co-patrocinados por indústrias tabagistas.

- Projeto nº 2.017/99 (Deputado Confúcio Moura), que cria mensagens de advertências rotativas na publicidade de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 2.090/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que modifica o Estatuto da Criança e do Adolescente para proibir a exibição de anúncios publicitários de produtos inadequados a crianças e adolescentes.

- Projeto nº 2.130/99 (Deputado Darcísio Perondi), que permite propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em rádio e TV somente das 22 às 6 horas e obriga o uso de mensagens de advertência em embalagens e propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 2.185/99 (Deputado Alberto Fraga), que obriga o uso de mensagens de advertência em embalagens e propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico, veda a publicidade em veículos impressos voltados para o público infanto-juvenil, limita a propaganda de bebida alcoólica em rádio e TV ao horário de 20 às 6 horas, estende essas restrições às bebidas energéticas ou estimulantes não alcoólicos e obriga o Poder Público a realizar campanhas de esclarecimento sobre os riscos do álcool.

- Projeto nº 2.334/00 (Deputado Lincoln Portela), que veda a venda de bebidas alcoólicas dentro de estádios de futebol e a 500 metros de onde estiverem instalados.

- Projeto nº 2.365/00 (Deputado Augusto Franco), que permite publicidade de produtos fumígeros somente das 21 às 6 horas, estende advertência rotativa a bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, obriga o uso de fotogramas impressos em embalagens de produtos fumígeros para demonstrar visualmente os malefícios do fumo e, para impedir propaganda enganosa, a ANVISA poderá exigir apresentação prévia de cópia das peças publicitárias, conforme regulamento.

- Projeto nº 2.389/00 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe venda ou doação de bebida alcoólica a menores de 18, obriga que menores de 18 anos encontrados com bebidas alcoólicas ou em estado de embriaguez sejam encaminhados ao órgão de proteção ao menor, considera bebida alcoólica a bebida com qualquer teor alcoólico e obriga que embalagens e rótulos contenham inscrição de proibição de venda a menores de 18 anos.

- Projeto nº 2.417/00 (Deputado Lincoln Portela), que obriga inserção de advertência sobre malefícios à saúde em todos os rótulos de bebidas alcoólicas e estabelece que a publicidade de bebidas alcoólicas só será permitida se acompanhada de advertência quanto aos malefícios à saúde.

- Projeto nº 2.468/00 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe fumo em aeronaves comerciais brasileiras e obriga que tal proibição conste no bilhete de passagem.

- Projeto nº 2.613/00 (Deputado Freire Júnior), que proíbe a venda de cigarros e derivados do tabaco a menores de 18 anos.

- Projeto nº 2.786/00 (Deputado Wagner Salustiano), que proíbe o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves.

- Projeto nº 2.833/00 (Deputado Edinho Araújo), que suprime o parágrafo único do artigo 1º da Lei 9.294, de 1996 (que considera bebida alcoólica aquela potável com teor alcoólico superior a 13º GL).

- *Projeto nº 2.908/00 (Deputado Ricardo Ferraço), que* proíbe propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em qualquer meio de comunicação.

- Projeto nº 2.919/00 (Deputado Eduardo Jorge), que veda o uso de produtos fumígeros em recinto coletivo público, somente permitindo seu uso em recintos coletivos *privados com isolamento físico que impeça* passagem de fumaça e permite a propaganda de produtos fumígeros em rádio e TV somente das 23 às 6 horas.

- Projeto nº 3.000/00 (Deputado Ricardo Ferraço), que proíbe a venda, exposição e entrega a consumo de bebida com qualquer teor alcoólico nas *margens de rodovias federais*.

- Projeto nº 3.067/00 (Deputado Márcio Bittar), que obriga a inserção da mensagem "Se beber, não dirija" em rótulos de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 3.089/00 (Deputado Paulo Delgado), que proíbe a propaganda de derivados do tabaco, bebidas alcoólicas e medicamentos.

- Projeto nº 3.114/00 (Deputado Paulo Octávio), que proíbe vender, fornecer ou servir bebidas *alcoólicas em estabelecimentos* situados às margens das rodovias federais.

- Projeto nº 3.152/00 (Deputada Tetê Bezerra), que proíbe o patrocínio a clubes ou atletas por empresas fabricantes de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 3.262/00 (Deputado Alberto Fraga), que proíbe a venda, a comercialização, o porte e a ingestão de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol em dias de jogo, bem como em suas imediações.

- Projeto nº 3.354/00 (Deputado Edinho Araújo), que proíbe servir bebidas alcoólicas aos passageiros em vôos e permite que funcionários de empresas aéreas impeçam o ingresso na aeronave de pessoa alcoolizada ou portando bebida alcoólica.

- Projeto nº 3.423/00 (Deputado De Velasco), que veda a veiculação de programação, fotografias ou desenhos contendo imagens de pessoas fumando ou portando cigarros acesos, com exceção daqueles que mostrem os malefícios do tabagismo.

- Projeto nº 3.451/00 (Deputado Bispo Rodrigues), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas em postos de combustíveis, bem como em estabelecimentos anexos.

- Projeto nº 3.463/00 (Deputado Odelmo Leão e outros), que permite propaganda de bebida alcoólica somente em anúncios e cartazes dentro de estabelecimentos legalmente autorizados e credenciados para comercialização, sendo que também deverão afixar advertências sobre malefícios e riscos.

- Projeto nº 3.583/00 (Deputado Paulo José Gouvêa), que veda a divulgação da prática do tabagismo e do consumo de bebidas alcoólicas nas televisões e limita a apresentação de programação com pessoas fumando ou bebendo bebidas alcoólicas ao período entre 23 e 5 horas.

- Projeto nº 3.619/00 (Deputado Lincoln Portela), que limita a propaganda de bebidas alcoólicas a pôsteres, painéis e cartazes internos, estabelece que as embalagens deverão conter advertência sobre malefícios, proíbe a propaganda, a venda e a distribuição de amostra grátis e brindes de bebidas alcoólicas pelo correio e proíbe o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou fabricantes de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.046/01 (Deputado Airton Cascavel), que proíbe compra e venda de bebida alcoólica às margens de rodovia federal.

- Projeto nº 4.062/01(Deputado Ronaldo Vasconcellos), que veda a comercialização e o uso de bebidas alcoólicas em estádios de futebol, ginásios e praças de esportes, bem como no raio de 500 metros de sua localização, por ocasião dos eventos esportivos, e proíbe a entrada de pessoas portando recipiente com bebida alcoólica.

- Projeto nº 4.273/01 (Deputado Jair Bolsonaro), que proíbe o consumo de bebida alcoólica em aeronaves.

- Projeto nº 4.424/01 (Deputado Dr. Hélio), que proíbe o uso das expressões "light", "suave" ou similares em embalagens de produtos fumígeros.

- Projeto nº 4.461/01 (Deputado Luiz Bittencourt), que obriga o uso das mensagens "Proibida a venda a menores de 18 anos" e "O uso imoderado desta substância causa diversos males à sua saúde" em embalagens de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.532/01 (Deputado Raimundo Santos), que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em dependências vinculadas a postos de combustível.

- Projeto nº 4.745/01 (Deputado Jorge Pinheiro), que proíbe a venda de bebida alcoólica de qualquer teor alcoólico em postos de combustíveis e estabelecimentos a eles vinculados.

- Projeto nº 4.791/01 (Deputado Norberto Teixeira), que obriga a inserção de advertência sobre os danos causados pelo álcool em rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.839/01 (Deputado Henrique Fontana, que obriga que metade da superfície dos maços de produtos fumígeros seja destinada à veiculação da mensagem de advertência quanto aos males.

- Projeto de Lei nº 4.955/01 (Deputado Lincoln Portela), que proíbe a veiculação de imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas na televisão.

- Projeto de Lei nº 5.121/01 (Deputado Lincoln Portela), que veda a exibição de pessoas fazendo uso de derivados do tabaco nos programas de televisão, filmes ou assemelhados, produzidos no País e proíbe as chamadas e caracterizações de patrocínio desses produtos nas emissoras de rádio e televisão, inclusive para eventos alheios à programação rotineira.

- Projeto de Lei nº 5.140/01 (Deputado Airton Roveda), que estabelece que a propaganda de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda e

veda a comercialização de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas que não ostentem identificação da ANVISA.

- Projeto de Lei nº 5.464/01 (Deputado Ronaldo Vasconcellos), que veda a veiculação pelas emissoras de televisão aberta ou por assinatura de programas contendo imagens de pessoas fumando fora do horário de vinte e duas às seis horas.

- Projeto de Lei nº 5.528/01 (Deputado Ivan Paixão), que obriga que as mensagens de advertência colocadas nas embalagens de produtos fumígeros devam ocupar pelo menos trinta por cento da frente e quarenta por cento da parte posterior do maço carteira ou pacote.

- Projeto de Lei nº 5.561/01 (Deputado Magno Malta), que limita a propaganda de bebidas alcoólicas a pôsteres, painéis e cartazes internos, proíbe associar o produto ao esporte olímpico ou de competição e a imagens de maior êxito e sexualidade das pessoas e estabelece que as embalagens e rótulos deverão conter advertência sobre malefícios.

- Projeto de Lei nº 5.708/01 (Deputado Dr. Heleno), que que limita a propaganda de bebidas alcoólicas a pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda, proíbe 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 e sexualidade das pessoas e estabelece que as embalagens e rótulos deverão conter advertências quanto à proibição de venda a menores de dezoito anos e sobre os males causados pelo seu consumo excessivo.

- Projeto de Lei nº 5.792/01 (Deputado Ivan Paixão), que obriga a inserção da mensagem "Nunca dirija após ingerir bebida alcoólica" nos rótulos de bebidas alcoólicas.

- Projeto de Lei nº 5.834/01 (Deputado Eni Voltolini), que veda a propaganda de bebidas alcoólicas fermentadas nas emissoras de televisão fora do horário compreendido entre vinte e uma e seis horas (suprime o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996 que considera bebida alcoólica aquela potável com teor alcoólico superior a 13º GL).

- Projeto de Lei nº 5.973/01 (Deputado Carlos Nader), que proíbe a venda ou doação de bebida alcoólica a menores de dezoito anos,

obriga que a embalagem e o rótulo desse produto contenha a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos e classifica como bebida alcoólica aquela com qualquer teor alcoólico.

- Projeto de Lei nº 6.017/01 (Deputado Ivan Paixão), que proíbe as companhia aéreas de servirem bebidas alcoólicas destiladas em seus vôos domésticos.

- Projeto de Lei nº 6.218/02 (Deputado Bispo Rodrigues), que obriga a exposição de advertência "Beber provoca câncer de fígado, derrame cerebral e causa dependência" nos locais que comercializam bebidas alcoólicas de qualquer gênero"

- Projeto de Lei nº 6.343/02 (Deputado Luiz Bittencourt), que inclui as advertências "fumar pode matar" e "fumar prejudica a sua saúde e a de pessoas próximas" no rol das advertências da Lei nº 9.294, de 1997 e obriga que as mensagens de advertência colocadas nas embalagens de produtos fumígeros devam ocupar pelo menos trinta por cento da frente e quarenta por cento da parte posterior do maço carteira ou pacote.

- Projeto de Lei nº 6.622/02 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos comerciais situados nas áreas contíguas às faixas de domínio das rodovias federais.

- Projeto de Lei nº 6.729/02 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de vinte e um anos.

- Projeto de Lei nº 6.971/02 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe a venda de cigarros e outros produtos contendo nicotina a menores de dezoito anos, restringe a venda desses produtos aos estabelecimentos licenciados pela ANVISA, proíbe a venda de produtos fumígeros nas dependências e nas proximidades de escolas e a afixação de cartazes, *outdoors*, letreiros e outras formas de propaganda fixa nas imediações desses estabelecimentos.

- Projeto de Lei nº 7.332/02 (Deputado Cabo Júlio), que veda o uso de bebidas alcoólicas nas aeronaves e demais veículos de transporte

coletivo e restringe a propaganda desses produtos a pôsteres e cartazes na parte interna dos locais de venda.

- Projeto de Lei nº 200/03 (Deputada Ângela Guadagnin), que considera bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

- Projeto de Lei nº 204/03 (Deputado Wagner Rubinelli), que obriga que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenham advertências sobre os males e danos causados pelo álcool.

- Projeto de Lei nº 212/03 (Deputado Feu Rosa), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas destiladas em quiosques de praia, em feiras livres e por ambulantes em logradouros e locais públicos.

- Projeto de Lei nº 327/03 (Deputado Pastor Reinaldo), que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em estádios de futebol e ginásios esportivos.

- Projeto de Lei nº 330/03 (Deputado Pastor Pedro Ribeiro), que obriga a inserção de advertência, com as características que especifica, nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, proíbe o patrocínio desses produtos a atividade cultural ou esportiva, sua propaganda em estádio, pista, palco ou local similar e à margem das rodovias, a distribuição de amostra ou brinde e sua comercialização para menores de dezesseis anos, e em escolas e hospitais e considera bebida alcoólica as bebidas potáveis com teor alcoólico acima de 4º GL.

- Projeto de Lei nº 412/03 (Deputado Jorge Boeira), que obriga que os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas contenham mensagens sobre alcoolismo e outras doenças físicas e psíquicas decorrentes do uso abusivo de bebidas alcoólicas, de acordo com as normas regulamentadoras.

- Projeto de Lei nº 445/03 (Deputado Luiz Bittencourt), que estabelece que os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas devam conter advertências quanto aos danos causados à mente humana e que a propaganda desses produtos deva conter advertência quanto a seus malefícios.

- Projeto de Lei nº 504/03 (Deputado Bismarck Viana), que estabelece que os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas devam conter a seguinte advertência: " O consumo de álcool pode provocar dependência física ou psíquica".

- Projeto de Lei nº 556/03 (Deputado João Hermann Neto), que proíbe a compra e a venda de bebida alcoólica em estabelecimentos situados às margens de rodovias federais, impondo multa ao infrator e a suspensão da carteira de habilitação de quem eventualmente seja titular.

- Projeto de Lei nº 871/03 (Deputado Julio Lopes), que define como bebida alcoólica a bebida com graduação alcoólica acima de meio e até cinqüenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, estabelece que os rótulos e embalagens desses produtos deverão conter duas advertências: "É proibida a venda e o consumo de bebida alcoólica a menores de dezoito anos" e "A bebida alcoólica causa dependência química" e veda a venda de bebidas alcoólica para menores de dezoito anos por quaisquer estabelecimentos, inclusive supermercados, lojas de conveniência, restaurantes, bares, boates, lanchonetes ou similares.

O projeto principal recebeu, no primeiro prazo aberto para recebimento de emendas na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, duas emendas de autoria do Deputado José Santana de Vasconcellos. A emenda 01/95 tem como objetivo permitir a venda de bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais, quando não forem destinadas ao consumo imediato, e a Emenda 02/95 o intuito de obrigar o uso de advertência sobre riscos do consumo excessivo somente nos rótulos das bebidas alcoólicas, liberando a publicidade de tal advertência. Em 199, foi aberto novo prazo para emendas, ocasião na qual foi apresentada a Emenda nº 01/99, de autoria do Deputado Dr. Hélio, que visa alterar a redação do art. 2º e 3º do projeto principal, estabelecendo, respectivamente, a proibição da comercialização de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e nos ginásios de esporte e modificando a multa de 2000 Reais para 2000 UFIR.

À Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática compete, no momento, posicionar-se sobre o mérito de todas as proposições, em conformidade com o temário constante no inciso II, do artigo 32 do Regimento Interno.

II - VOTO DO RELATOR

Restrições ao uso, à comercialização e à propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas foram introduzidas em nossa legislação com a aprovação da Lei nº 9.294, de 1996, que regula o § 4º do art. 220 da Constituição Federal que também trata de medicamentos e terapias e de agrotóxicos.

Ao final de 2000, referida legislação foi alterada pela Lei nº 10.167, que introduziu mudanças significativas no que se refere aos produtos derivados do tabaco, cuja propaganda nas emissoras de televisão passou a estar proibida, bem como seu uso em aeronaves e veículos de transporte público. A publicidade desses produtos sofreu ainda restrições mais severas, passando a ser autorizada somente na parte interna dos locais de venda, sendo proibidos a propaganda por meio eletrônico, inclusive Internet, o *merchandizing* em programas de rádio e televisão produzidos no País, o patrocínio de atividade cultural ou esportiva e a propaganda fixa ou móvel em estádios, pista, palco ou local similar. No caso de eventos esportivos e culturais internacionais, essas vedações somente entraram em vigência em 1º de janeiro de 2003, prazo esse que, para os eventos esportivos, foi estendido até 1º de julho de 2005 pela Medida Provisória nº 118, de 3 de abril de 2003. Quanto à comercialização, estão proibidas a venda de produtos fumígeros em estabelecimentos de ensino e saúde, a distribuição de amostras grátis e a venda via postal.

A Medida Provisória nº 2190-34, de 23 de agosto de 2001, também modificou a redação da Lei nº 9.294, obrigando que as embalagens de produtos de fumo passassem a conter imagens e figuras que ilustrem o sentido das mensagens de advertência quanto a seus malefícios à saúde.

No caso das bebidas alcoólicas, vige, até o momento, a redação original aprovada em 1996, exceto quanto à obrigatoriedade da propaganda desses produtos nos meios de comunicação conter advertência quanto aos efeitos adversos de seu consumo excessivo, determinação que foi introduzida pela supracitada Medida Provisória. As outras restrições impostas pela Lei nº 9.294 dizem respeito ao horário de veiculação de publicidade de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão que foi limitado ao período de 21 às 6 horas. O mesmo dispositivo, art. 4º da referida lei, também estabelece

que a publicidade 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. Cumpre ressaltar, ainda, que, de acordo com o disposto no parágrafo único do art. 1º da referida norma legal, essas restrições somente se aplicam às bebidas alcoólicas com teor alcoólico maior do que treze graus Gay Lussac.

O Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, inova ao pretender impor mais uma modificação na legislação vigente, de forma a vedar a comercialização de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos instalados às margens das rodovias federais. Pretendem regular a matéria, nessa mesma direção, os Projetos de Lei nº 1.602, de 1996, nº 3.858, de 1997, nº 4.538, de 1998, nº 1.160, de 1999, nº 1.490, de 1999, nº 3.000, de 2000, nº 3.114, de 2000, nº 4.046, de 2001, nº 6.622, de 2002, nº 330, de 2003 e nº 556, de 2003.

O consumo de bebidas alcoólicas por motoristas que trafegam pelas rodovias federais é considerada uma das maiores causas de acidentes. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, sessenta por cento dos acidentes de trânsito são provocados por motoristas alcoolizados. Embora inclua todos os acidentes ocorridos em áreas urbanas e nas estradas, esse número é um indicador que aponta para a necessidade de se tomarem providências mais enérgicas para, pelo menos, diminuir as dimensões desse problema.

Restringir a comercialização e a propaganda de bebidas alcoólicas nas estradas federais é, a nosso ver, medida que contribuirá para minorar o número e a gravidade dos acidentes, uma vez que aqueles que ocorrem nas rodovias são, na maioria das vezes, de maior gravidade, pois envolvem veículos de carga que, normalmente, não trafegam pelo interior das cidades. A grande imprensa denuncia, com freqüência, o uso indiscriminado de bebidas alcoólicas por motoristas de caminhão que, muitas vezes, associam sua ingestão ao uso de medicamentos estimulantes que potencializam os efeitos do álcool. Essa prática pode explicar porque, em média, metade dos acidentes nas estradas envolve direta ou indiretamente esses veículos.

Alguns diriam que o Código Brasileiro de Trânsito já pune severamente os motoristas flagrados dirigindo alcoolizados. No entanto, são poucos os caso de aplicação de penalidades por esse delito, uma vez que não é possível fiscalizar cem por cento dos carros que trafegam pelas estradas federais

para verificar se os motoristas ingeriram bebidas alcoólicas acima do limite especificado na legislação. Mesmo a fiscalização por amostra enfrenta dificuldades na detecção da quantidade de álcool presente no sangue do indivíduo.

Por esses motivos, consideramos necessário atuar também restringindo o estímulo ao consumo e à oferta desses produtos. São, portanto, relevantes e oportunas as propostas que objetivam restringir a propaganda e proibir a comercialização de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados às margens das rodovias federais. Alguns estados já possuem legislação que proíbe a venda de bebidas alcoólicas às margens das rodovias estaduais. No Estado de Goiás, projeto de lei de autoria desse relator foi transformado na Lei nº 11.665, de 19 de fevereiro de 1992, e no Estado de São Paulo, encontra-se em vigência, desde 1996, a Lei nº 9.468, de 27 de dezembro daquele ano. A eficácia dessas legislações e de outras leis estaduais com o mesmo objetivo depende drasticamente da aprovação de restrições semelhantes para as rodovias federais, porquanto essas estradas atravessam todos os estados brasileiros e cruzam-se com as estradas estaduais, o que facilita o acesso do motoristas a estabelecimentos que não estão sujeitos à proibição de venda. Nosso País gasta anualmente vultosos recursos para lidar com os problemas ocasionados pelos acidentes nas estradas, cujo número e a gravidade poderiam ser diminuídos com a correspondente redução do uso de bebidas alcoólicas pelos motoristas.

Medida semelhante no tocante à venda desses produtos em estádios de futebol e em ginásios esportivos também deve ser tomada, pois são alarmantes os dados que estabelecem estreita correlação entre a ingestão de bebidas alcoólicas nesses locais e o envolvimento de seus usuários em episódios de violência. O Estado de São Paulo, também nesse caso, já possui, desde 1996, legislação que veda a venda de bebidas alcoólicas nos citados locais. Pretendem impor a citada vedação, os autores dos Projetos de Lei nº 3.497, de 1997, nº 2.334, de 2000, nº 3.262, de 2000, nº 4.062, de 2001 e nº 327, de 2003 e da Emenda nº 01/99, apresentada ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994.

Outra modificação na legislação atual que julgamos relevante acatar refere-se à obrigatoriedade da inserção de advertência quanto aos possíveis malefícios à saúde do consumo excessivo de bebidas alcoólicas nos rótulos das embalagens. O bom resultado da mesma medida tomada com

relação aos derivados de tabaco sugere que se estenda essa obrigatoriedade às bebidas alcoólicas. Ademais, os fabricantes já estão obrigados a inserir a advertência "Evite o consumo excessivo de álcool" e, portanto, sua substituição por outras mensagens mais específicas sobre os possíveis danos à saúde do excessivo consumo de bebidas alcoólicas é medida de fácil implementação na prática. Sugerem essa alteração na Lei nº 9.294, de 1996, os Projetos de Lei nº 3.869, de 1997, nº 4.111, de 1998, nº 4.160, de 1998, nº 4.204, de 1998, nº 4.528, de 1998, nº 4.618, de 1998, nº 4.705, de 1998, nº 931, de 1999, nº 1.056, de 1999, 1.408, de 1999, nº 1.955, de 1999, nº 2.130, de 1999, nº 2.185, de 1999, nº 2.365, de 2000, nº 2.417, de 2000, nº 3.619, de 2000, 4.461, de 2001, nº 4.791, de 2001, nº 5.561, de 2001, nº 5.708, de 2001, nº 5.792, de 2001, nº 6.218, de 2002, nº 204, de 2003, nº 330, de 2003, nº 412, de 2003, nº 445, de 2003, nº 504, de 2003 e nº 871, de 2003.

Assim sendo, optamos por apresentar um Substitutivo, cujas idéias centrais são a proibição da propaganda e da venda de bebidas alcoólicas ao longo das estradas federais, a vedação da venda desses produtos nos estádios de futebol e ginásios esportivos e a inserção obrigatória de mensagens de advertência nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, bem como nos cartazes e pôsteres afixados nos locais de venda. A redação proposta procurou agregar as diversas idéias de nossos nobres colegas que apresentaram projetos de lei regulando esses assuntos. No caso das mensagens de advertência, optamos por não transcrever no Substitutivo as diversas sugestões feitas pelos Deputados, pois entendemos que o Ministério da Saúde tem melhores condições de escolher as frases mais adequadas para atingir o objetivo de desestimular o consumo indiscriminado de bebidas alcoólicas.

Quanto aos outros projetos de lei sob apreciação, dividimo-los em três categorias. A primeira diz respeito àquelas proposições que foram apresentadas antes da aprovação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 e de suas posteriores versões introduzidas pela Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000, e pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001, e que pretendem regular matéria já tratada por essas legislações ou por outras leis vigentes, como, por exemplo, a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que instituiu o Estatuto da Criança e do Adolescente, que já proíbe a venda de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas a menores de dezoito anos e o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, a chamada Lei das Contravenções Penais, que também proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de dezoito anos. Tais

proposições, de acordo com o disposto no inciso I do art. 163 do Regimento Interno podem ser consideradas prejudicadas e, portanto, foram rejeitadas.

A segunda categoria diz respeito a propostas de alteração da Lei nº 9.294, com o objetivo de estabelecer maiores restrições ao consumo e à propaganda de produtos fumígeros, de vedar a divulgação de programação com pessoas fumando ou, simplesmente, de proibir qualquer forma de propaganda desses produtos. No primeiro caso, optamos por rejeitar as matérias quanto a seu mérito, pois consideramos que as restrições vigentes já são suficientemente severas e foram fruto de ampla negociação nesta Casa, quando da aprovação da Lei nº 10.167, de 2000.

No tocante à veiculação de imagens de pessoas fumando nas emissoras de televisão e à proibição total da propaganda desses produtos, consideramos que tais medidas ferem o disposto no art. 220 da Constituição Federal.

A terceira categoria de propostas refere-se às iniciativas que buscam ampliar as restrições à propaganda e ao uso de bebidas alcoólicas, igualando-as praticamente às impostas aos produtos derivados do tabaco. Mais uma vez, não concordamos com o mérito das proposições, pois, embora reconheçamos que o consumo excessivo de bebidas alcoólicas pode trazer danos à saúde, provocar dependência e aumentar o número e a gravidade dos acidentes de trânsito e a violência nos estádios de futebol, não acreditamos que seus malefícios à saúde possam ser comparados com os efeitos do uso prolongado de produtos fumígeros e, portanto, não consideramos necessário estabelecer outras restrições além daquelas constantes da legislação atual acrescidas das proibições introduzidas pelo nosso Substitutivo .

Quanto ás emendas apresentadas ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, não concordamos com seu objetivo. Ao pretender liberar a venda de bebidas nas rodovias desde que para consumo posterior, a Emenda nº 01/95, dificulta a fiscalização dos estabelecimentos comerciais e introduz uma forma dos comerciantes e motoristas burlarem a proibição que se deseja introduzir. Já a aprovação da Emenda nº 02/95 seria, a nosso ver, um retrocesso, na medida em que a propaganda de bebidas alcoólicas sem a devida advertência quanto a seus malefícios estimularia o consumo indiscriminado desses produtos.

Concluindo, o nosso voto é pela aprovação dos Projetos de Lei nº 4.846, de 1994, nº 1.602, de 1996, nº 3.497, de 1997, nº 3.858, de 1997, nº 3.869, de 1997, nº 4.111, de 1998, nº 4.160, de 1998, nº 4.204, de 1998, nº 4.528, de 1998, nº 4.538, de 1998, nº 4.618, de 1998, nº 4.705, de 1998, nº 931, de 1999, nº 1.056, de 1999, nº 1.160, de 1999, nº 1.408, de 1999, nº 1.490, de 1999, nº 1.955, de 1999, nº 2.130, de 1999, nº 2.185, de 1999, nº 2.334, de 2000, nº 2.365, de 2000, nº 2.417, de 2000, nº 3.000, de 2000, nº 3.114, de 2000, nº 3.262, de 2000, nº 3.619, de 2000, nº 4.046, de 2001, nº 4.062, de 2001, nº 4.461, de 2001, nº 4.791, de 2001, nº 5.561, de 2001, nº 5.708, de 2001, nº 5.792, de 2001, nº 6.218, de 2002, nº 6.622, de 2002, nº 204, de 2003, nº 327, de 2003, nº 330, de 2003, nº 412, de 2003, nº 445, de 2003, nº 504, de 2003, nº 556, de 2003, e nº 871, de 2003, e da Emenda nº 01/99, apresentada ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, na forma do Substitutivo que ora apresentamos, e pela rejeição dos Projetos de Lei nº 3.037, de 1997, nº 3.042, de 1997, nº 3.380, de 1997, nº 3.626, de 1997, nº 3.852, de 1997, nº 3.993, de 1997, nº 4.062, de 1998, nº 4.215, de 1998, nº 4.258, de 1998, nº 4.333, de 1998, nº 4.469, de 1998, nº 4.680, de 1998, nº 4.796, de 1998, nº 251, de 1999, nº 633, de 1999, nº 806, de 1999, nº 963, de 1999, nº 964, de 1999, nº 1.004, de 1999, nº 1.100, de 1999, nº 1.151, de 1999, nº 1.175, de 1999, nº 1.277, de 1999, nº 1.346, de 1999, nº 1.382, de 1999, nº 1.512, de 1999, nº 1.599, de 1999, nº 1.706, de 1999, nº 1.761, de 1999, nº 1.893, de 1999, nº 1.923, de 1999, nº 1.982, de 1999, nº 2.017, de 1999, nº 2.090, de 1999, nº 2.389, de 2000, nº 2.468, de 2000, nº 2.613, de 2000, nº 2.786, de 2000, nº 2.833, de 2000, nº 2.908, de 2000, nº 2.919, de 2000, nº 3.067, de 2000, nº 3.089, de 2000, nº 3.152, de 2000, nº 3.354, de 2000, nº 3.423, de 2000, nº 3.451, de 2000, nº 3.463, de 2000, nº 3.583, de 2000, nº 4.273, de 2001, nº 4.424, de 2001, nº 4.532, de 2001, nº 4.745, de 2001, nº 4.839, de 2001, nº 4.955, de 2001, nº 5.121, de 2001, nº 5.140, de 2001, nº 5.464, de 2001, nº 5.528, de 2001, nº 5.834, de 2001, nº 5.973, de 2001, nº 6.017, de 2001, nº 6.343, de 2002, nº 6.729, de 2002, nº 6.971, de 2002, nº 7.332, de 2002, nº 200, de 2003, nº 212, de 2003, e das emendas nº 1, de 1995 e nº 2, de 1995, apresentadas ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994.

Sala da Comissão, em 20 de maio de 2003.

Deputado Sandes Júnior
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994

(Apensados Projetos de Lei nº 1.602/96, 3.037/97, 3.042/97, 3.380/97, 3.4
3.626/97, 3.852/97, 3.858/97, 3.869/97, 3.993/97, 4.062/98, 4.111/98, 4.1
4.204/98, 4.215/98, 4.258/98, 4.333/98, 4.469/98, 4.528/98, 4.538/98, 4.6
4.680/98, 4.705/98, 4.796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 9
1.004/99, 1.056/99, 1.100/99, 1.151/99, 1.160/99, 1.175/99, 1.277/99, 1.3
1.382/99, 1.408/99, 1.490/99, 1.512/99, 1.599/99, 1.706/99, 1.761/99, 1.8
1.923/99, 1.955/99, 1.982/99, 2.017/99, 2.090/99, 2.130/99, 2.185/99, 2.3
2.365/00, 2.389/00, 2.417/00, 2.468/00, 2.613/00, 2.786/00, 2.833/00, 2.9
2.919/00, 3.000/00, 3.067/00, 3.089/00, 3.114/00, 3.152/00, 3.262/00, 3.3
3.423/00, 3.451/00, 3.463/00, 3.583/00, 3.619/00, 4.046/01, 4.062/01, 4.2
4.424/01, 4.461/01, 4.532/01, 4.745/01, 4.791/01, 4.839/01, 4.955/01, 5.1
5.140/01, 5.464/01. 5.528/01, 5.561/01, 5.708/01, 5.792/01, 5.834/01, 5.9
6.017/01, 6.218/02, 6.343/02, 6.622/02, 6.729/02, 6.971/02, 7.332/02, 2
204/03, 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03, 504/03, 556/03 e 871/03)

Estabelece medidas destinad
restringir o consumo de bebidas alcoólica

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei nº 9.294, d
julho de 1996, com o objetivo de impor restrições à propaganda e à ve
bebidas alcoólicas.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art, 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, comercializadas no País, bem como os cartazes ou pôsteres afixados nos locais de venda, conterão advertências sobre os malefícios à saúde de seu consumo excessivo, cujos conteúdos serão definidos na regulamentação.(NR)

§ 3º As mensagens de advertência, referidas no parágrafo anterior, deverão ser escritas em letra tipo "Times New Roman", maiúsculas, de forma ostensivamente destacada, ocupando no mínimo vinte por cento dos rótulos, cartazes ou pôsteres, e usadas de forma simultânea ou rotativa, variando no mínimo a cada três meses.

§ 4º É vedada a propaganda de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em painéis ou em qualquer outro veiculo de comunicação instalado às margens das rodovias federais."

Art. 3º São acrescentados à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, artigos com a seguinte redação:

"Art. 4º-A São vedados o armazenamento, a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados nas faixas de domínio das rodovias federais.

Parágrafo único. Os estabelecimentos citados no caput deverão afixar em suas dependências avisos da referida proibição."

Art. 4º -B É vedada a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estádios de futebol e em ginásios esportivos.

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1994, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art. 9º .....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pelo descumprimento de qualquer um de seus dispositivos. (NR)

.....

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros e nos estabelecimentos comerciais localizados às margens das rodovias federais. (NR)"

Art. 5º Esta lei entra em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

Sala da Comissão, em 20 de maio de 2003

Deputado Sandes Júnior
Relator

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Em 21 de maio de 2003, apresentei a esta Comissão parecer pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, e de várias proposições apensadas, na forma de um Substitutivo.

Durante as discussões da matéria havidas na oportunidade, nossos ilustres colegas membros da CCTCI sugeriram alterações no texto do Substitutivo com as quais concordamos. A primeira delas busca esclarecer que as mensagens de advertência sobre os malefícios à saúde deverão constar dos rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico. A segunda estende a obrigatoriedade de inserção dessas advertências às propagandas desses produtos veiculadas em qualquer meio de comunicação.

Dessa forma, modificamos o Substitutivo apresentado para incluir as citas sugestões.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003.

Deputado Sandes Júnior
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994

(Apensados Projetos de Lei nº 1.602/96, 3.037/97, 3.042/97, 3.380/97, 3.497/97, 3.626/97, 3.852/97, 3.858/97, 3.869/97, 3.993/97, 4.062/98, 4.111/98, 4.160/98, 4.204/98, 4.215/98, 4.258/98, 4.333/98, 4.469/98, 4.528/98, 4.538/98, 4.618/98, 4.680/98, 4.705/98, 4.796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 964/99, 1.004/99, 1.056/99, 1.100/99, 1.151/99, 1.160/99, 1.175/99, 1.277/99, 1.346/99, 1.382/99, 1.408/99, 1.490/99, 1.512/99, 1.599/99, 1.706/99, 1.761/99, 1.893/99, 1.923/99, 1.955/99, 1.982/99, 2.017/99, 2.090/99, 2.130/99, 2.185/99, 2.334/00, 2.365/00, 2.389/00, 2.417/00, 2.468/00, 2.613/00, 2.786/00, 2.833/00, 2.908/00, 2.919/00, 3.000/00, 3.067/00, 3.089/00, 3.114/00, 3.152/00, 3.262/00, 3.354/00, 3.423/00, 3.451/00, 3.463/00, 3.583/00, 3.619/00, 4.046/01, 4.062/01, 4.273/01, 4.424/01, 4.461/01, 4.532/01, 4.745/01, 4.791/01, 4.839/01, 4.955/01, 5.121/01, 5.140/01, 5.464/01. 5.528/01, 5.561/01, 5.708/01, 5.792/01, 5.834/01, 5.973/01, 6.017/01, 6.218/02, 6.343/02, 6.622/02, 6.729/02, 6.971/02, 7.332/02, 200/03, 204/03, 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03, 504/03, 556/03 E 871/03)

Estabelece medidas destinadas restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com o objetivo de impor restrições à propaganda e à venda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º Os art. 3º e 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com as alterações seguintes:

"*Art. 3º* .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, mensagem de advertência, falada ou escrita, sobre os malefícios do fumo, das bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, dos medicamentos e terapias e dos defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.(NR)

.....

Art, 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, comercializadas no País, bem como os cartazes ou pôsteres afixados nos locais de venda, conterão advertências sobre os malefícios à saúde de seu consumo excessivo, cujos conteúdos serão definidos na regulamentação.(NR)

§ 3º As mensagens de advertência, referidas no parágrafo anterior, deverão ser escritas em letra tipo "Times New Roman", maiúsculas, de forma ostensivamente destacada, ocupando no mínimo vinte por cento dos rótulos, cartazes ou pôsteres, e usadas de forma simultânea ou rotativa, variando no mínimo a cada três meses.

§ 4º É vedada a propaganda de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em painéis ou em qualquer outro veículo de comunicação instalado às margens das rodovias federais."

Art. 3º São acrescentados à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, artigos com a seguinte redação:

"Art. 4º-A São vedados o armazenamento, a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados nas faixas de domínio das rodovias federais.

Parágrafo único. Os estabelecimentos citados no caput deverão afixar em suas dependências avisos da referida proibição.

Art. 4º -B É vedada a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estádios de futebol e em ginásios esportivos."

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1994, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art. 9º .....

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pelo descumprimento de qualquer um de seus dispositivos. (NR)

.....

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros e nos estabelecimentos comerciais localizados ás margens das rodovias federais. (NR)"

Art. 5º Esta lei entra em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003

Deputado Sandes Júnior
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, opinou unanimemente pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.846/1994, e dos Projetos de Lei nºs 931/1999, 1056/1999, 1160/1999, 1408/1999, 1490/1999, 1602/1996, 1955/1999, 2130/1999, 2185/1999, 2334/2000, 2365/2000, 2417/2000, 3000/2000, 3114/2000, 3262/2000, 3497/1997, 3619/2000, 3858/1997, 3869/1997, 4111/1998, 4160/1998, 4204/1998, 4528/1998, 4538/1998, 4618/1998, 4705/1998, 4062/2001, 4046/2001, 4461/2001, 4791/2001, 5561/2001, 5708/2001, 5792/2001, 6218/2002, 6622/2002, 204/2003, 327/2003, 330/2003, 412/2003, 445/2003, 504/2003, 556/2003, 871/2003, apensados, e da emenda nº 1/1999, apresentada na Comissão, ao Projeto de Lei nº 4.846/1994, com substitutivo; e pela rejeição do Projetos de Lei nºs 251/1999, 633/1999, 806/1999, 963/1999, 964/1999, 1004/1999, 1100/1999, 1151/1999, 1175/1999, 1277/1999, 1382/1999, 1512/1999, 1599/1999, 1706/1999, 1761/1999, 1893/1999, 1923/1999, 1982/1999, 2017/1999, 2090/1999, 2389/2000, 2468/2000, 2613/2000, 2786/2000, 2833/2000, 2908/2000, 2919/2000, 3037/1997, 3042/1997, 3067/2000, 3089/2000, 3152/2000, 3354/2000, 3380/1997, 3423/2000, 3451/2000, 3463/2000, 3583/2000, 3626/1997, 3852/1997, 3993/1997, 4062/1998, 4215/1998, 4469/1998, 4796/1998, 1346/1999, 4258/1998, 4333/1998, 4680/1998, 4273/2001, 4424/2001, 4532/2001, 4745/2001, 4839/2001, 4955/2001, 5121/2001, 5140/2001, 5464/2001, 5528/2001, 5973/2001, 5834/2001, 6017/2001, 6343/2002, 6729/2002, 6971/2002, 7332/2002, 200/2003, e 212/2003, apensados, e das emendas nºs 1/1995 e 2/1995, apresentadas na Comissão ao Projeto de Lei nº 4.846/1994, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Sandes Júnior, com complementação de voto.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Corauci Sobrinho - Presidente, Sandes Júnior, Vieira Reis e Silas Câmara - Vice-Presidentes, Adelor Vieira, Almir Moura, Ariosto Holanda, Bispo Wanderval, Carlos Nader, Dr. Hélio, Edson Ezequiel, Eduardo Cunha, Geraldo Thadeu, Gilberto Kassab, Gustavo Fruet, Henrique Eduardo Alves, Iris Simões, Jamil Murad, João Batista, João Mendes de Jesus, Jorge

Bittar, José Carlos Araújo, José Mendonça Bezerra, José Priante, José Rocha, Júlio Cesar, Julio Semeghini, Luiz Couto, Luiza Erundina, Marcos Abramo, Mário Assad Júnior, Maurício Rabelo, Murilo Zauith, Narcio Rodrigues, Nelson Proença, Nilson Pinto, Raimundo Santos, Ricardo Barros, Ricardo Izar, Takayama, Valdenor Guedes, Vander Loubet, Vanderlei Assis, Walter Pinheiro, Affonso Camargo, Carlos Abicalil, Pastor Pedro Ribeiro, Professora Raquel Teixeira, Rubinelli e Zelinda Novaes.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003.

Deputado CORAUCI SOBRINHO
Presidente

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com o objetivo de impor restrições à propaganda e à venda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º Os art. 3º e 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com as alterações seguintes:

"*Art. 3º* .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, mensagem de advertência, falada ou escrita, sobre os malefícios do fumo, das bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, dos medicamentos e terapias e dos defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.(NR)

.....

Art. 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, comercializadas no País, bem como os cartazes ou pôsteres afixados nos locais de venda, conterão advertências sobre os malefícios à saúde de seu consumo excessivo, cujos conteúdos serão definidos na regulamentação.(NR)

§ 3º As mensagens de advertência, referidas no parágrafo anterior, deverão ser escritas em letra tipo "Times New Roman", maiúsculas, de forma ostensivamente destacada, ocupando no mínimo vinte por cento dos rótulos, cartazes ou pôsteres, e usadas de forma simultânea ou rotativa, variando no mínimo a cada três meses.

§ 4º É vedada a propaganda de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em painéis ou em qualquer outro veículo de comunicação instalado às margens das rodovias federais."

Art. 3º São acrescentados à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, artigos com a seguinte redação:

"Art. 4º-A São vedados o armazenamento, a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados nas faixas de domínio das rodovias federais.

Parágrafo único. Os estabelecimentos citados no caput deverão afixar em suas dependências avisos da referida proibição.

Art. 4º -B É vedada a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estádios de futebol e em ginásios esportivos."

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1994, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art. 9º .....

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pelo descumprimento de qualquer um de seus dispositivos. (NR)

.....

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros e nos estabelecimentos comerciais localizados ás margens das rodovias federais. (NR)"

Art. 5º Esta lei entra em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003

Deputado Corauci Sobrino
Presidente

PROJETO DE LEI N.º 983, DE 2003

(Do Sr. Colbert Martins)

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".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL, DECRETA:

Art. 1º - Os *caputs*, dos Art.3º e 3º-A, e o §2º do Art.4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"**Art. 3º** - A propaganda comercial dos produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco e de bebidas alcoólicas, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(N.R)

.....

Art. 3º-A - Quanto aos produtos referidos no artigo 3º, são proibidos: (N.R)

.....

Art. 4º - .....

§ 2º Os rótulos das embalagens e a propaganda de bebidas alcoólicas, conterão, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação ***"O Ministério da Saúde Adverte"***:(N.R)

I – o álcool pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II – o álcool pode causar câncer e doenças do fígado;

III – ingerir álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – o álcool provoca dependência;

V – o álcool provoca cirrose hepática;

VI - evite ingerir bebida alcoólica na presença de crianças;

VII – o álcool provoca diversos males à sua saúde."

Art. 2° - Acrescenta os §§3° e 4° ao Art.4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação.

"Art. 4° - .....

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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 das latas e garrafas que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor."

Art. 3° - O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de 60(sessenta) dias, a partir de sua publicação.

Art. 4° - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, *de* *de 2003.*

DEPUTADO COLBERT MARTINS

PPS / BA

JUSTIFICAÇÃO

A necessidade de melhor esclarecer a população sobre os malefícios do fumo e do álcool é uma das atribuições desta Casa, principalmente quando legislamos sobre os direitos e deveres do cidadão. Um dos fatores de ignorância da população é, justamente, a omissão das instituições pública no sentido de fazer valer a Lei. Esta constatação é corroborada pelo fato de a Lei em alteração não estabelecer, também, de forma clara as restrições ao uso de bebida alcoólica e, por isso, na comercialização de produtos alcoólicos, a exemplo da cerveja, a inscrição ***"Evite o Consumo Excessivo de Álcool"***, além de ser permissiva, haja vista não alertar para os risco do consumo de álcool, vem sendo desrespeitada na medida em que é gravada na embalagem de forma a dificultar, o máximo possível, a visualização da frase em destaque, contribuindo, por conseqüência, para minimizar os resultados que poderiam advir de uma competente publiscização dos efeitos do consumo *"Excessivo do Álcool"*.

Outro ponto a ser considerado nesta proposição é a economia que esta legislação trará aos cofres públicos, pois, ao alertar o usuário para os efeitos do álcool, através da embalagem do produto, o Governo, além de está prestando um importante serviço ao cidadão, estará trabalhando para economizar os recursos que seriam destinados ao tratamento de dependentes do álcool e, consequentemente, investido na melhoria da qualidade de vida do povo brasileiro.

Dessa forma, caros parlamentares, entendendo que a nossa proposta, além de não encontrar óbices à sua progressão, tendo em vista o respeito às disposições constitucionais e regimentais, contribuirá efetivamente para o fortalecimento da cidadania, aguardamos, após a devida apreciação, a sua aprovação.

Sala das Sessões, *de* *de 2003.*

DEPUTADO COLBERT MARTINS

PPS / BA

PROJETO DE LEI N.º 1.171, DE 2003

(Do Sr. Léo Alcântara)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a veiculação de mensagem de advertência nas embalagens de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivo da 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", para obrigar a veiculação de mensagem de advertência nas embalagens de bebidas alcoólicas, alertando quanto ao perigo de dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294/96 passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º .....

"§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão mensagem de advertência, inserida de forma legível e destacada, de forma simultânea ou rotativa, com os seguintes dizeres:

"I – evite o consumo excessivo de álcool;

"II – se beber, não dirija. (NR)"

Art. 3º Esta Lei entra em vigor entra em vigor no prazo de 90 (noventa dias) de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representou um grande avanço no controle da publicidade, da comercialização e, até mesmo, do consumo de substâncias reconhecidamente prejudiciais à saúde, como o fumo e as bebidas alcoólicas.

No que se refere aos produtos fumígenos, a referida norma legal define uma série de mensagens de advertência quanto aos malefícios de tais produtos. Essas mensagens devem ser inscritas nas respectivas embalagens dos produtos, bem como veiculadas nas peças publicitárias dos mesmos. No caso das bebidas alcoólicas, no entanto, a mesma lei obriga apenas a inscrição, nos rótulos das embalagens, de uma única mensagem de advertência, com os dizeres: "evite o consumo excessivo de álcool".

Quer nos parecer que esse tratamento mais ameno concedido pelo legislador às bebidas alcoólicas não condiz com o potencial de risco que o consumo irresponsável das mesmas pode acarretar. Merece destaque, a propósito, a influência do consumo de álcool nas condições de segurança de trânsito, visto que já se comprovou que esse consumo reduz os reflexos do condutor.

O Código de Trânsito Brasileiro – CTB – considera infração gravíssima o ato de dirigir sob a influência de álcool, em nível superior a seis decigramas por litro de sangue, ou de qualquer substância entorpecente ou que determine dependência física ou psíquica, punível com multa e suspensão do direito de dirigir, além da retenção do veículo (art. 165). Mais ainda, se esse ato expuser a dano potencial a incolumidade de outrem, ele passa a ser considerado também crime (art. 306), punível com detenção, multa e suspensão da habilitação. Essas medidas são importantes, mas poderiam surtir melhor efeito se combinadas com ações destinadas a aumentar o nível de consciência dos condutores.

É nesse sentido que caminha a proposta ora oferecida à apreciação da Casa. Ao obrigar a inscrição da frase de advertência "se beber, não dirija" nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, pretende-se contribuir para que as pessoas, de um modo geral, e os condutores de veículos automotores, em particular, sejam alertados para a incompatibilidade entre o consumo de bebida alcoólica e o ato de dirigir.

À vista da importância da matéria para uma maior conscientização dos condutores de veículos automotores e, em decorrência, para a melhoria da segurança do trânsito, espera-se contar com amplo apoio da Casa para a rápida apreciação e aprovação desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2003.

Leonardo Alcântara 03/06/03

Deputado LEO ALCÂNTARA

PROJETO DE LEI N.º 1.433, DE 2003

(Do Sr. Luciano Zica)

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 fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas".

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

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

"§ 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, as salas de teatro e cinema e as áreas de alimentação de *shopping centers*."

Art. 2º Acrescente-se ao art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o seguinte inciso, renumerando-se os demais:

" V - multa de R$ 50,00 (cinqüenta reais), para usuários de produtos fumígenos nos locais proibidos, nos termos do § 1º do art. 2º desta lei".

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

São inegáveis os avanços representados pela instituição da Lei nº 9.294, de 1996, que estabeleceu restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas e medicamentos, entre tantos outros reconhecidamente nocivos à saúde do indivíduo e da coletividade.

Porém, ainda que o Decreto nº 2.018, de 01 de outubro de 1996, que regulamentou a lei em apreço, tenha definido o conceito de "recinto coletivo" como sendo "local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares", não fica claro, na prática, que aí se incluem também as praças de alimentação dos *shoppings centers*, as quais localizam-se, predominantemente, em recintos fechados.

Por outro lado, não consta da regulamentação da Lei 9.294/96 o valor da multa que deve ser aplicada a fumantes infratores, no caso da prática do tabagismo nos locais definidos pelo Decreto nº 2.018/96, como "recinto coletivo".

A presente proposição visa, portanto, a sanar esses pequenos lapsos contidos no texto legal em apreço, contribuindo para uma melhor e mais correta aplicação dessa lei que, sem dúvida, representou um importante avanço na regulamentação do uso de produtos fumígenos e bebidas alcoólicas em todo País.

Sala das Sessões, em de julho de 2003.

Deputado Luciano Zica
PT/SP

08/07/03

PROJETO DE LEI N.º 1.657, DE 2003

(Do Sr. Alberto Fraga)

Estabelece normas gerais de consumo de bebidas alcoólicas em bares, restaurantes e similares, e dá outras providências.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais de venda e de consumo de bebidas alcoólicas em bares, restaurantes e similares, situados em locais de alto índice de criminalidade.

Art. 2º É vedado a venda e o consumo de bebidas alcoólicas em bares, restaurantes e similares que estiverem situados em locais ou que funcionem em horários em que o índice de criminalidade assim justifique a restrição, a critério da autoridade competente, na forma do regulamento.

§ 1°. No caso de risco de grave perturbação da ordem ou elevação desproporcional do índice de criminalidade, a autoridade competente, na forma do regulamento, sem prejuízo da competência municipal, poderá determinar o não funcionamento dos estabelecimentos de que trata esta Lei em horários e locais específicos.

§ 2° O regulamento disciplinará os casos de exceção, mediante expedição de licença especial.

Art. 3° O não cumprimento do estabelecido nesta lei acarretará ao infrator, pessoa física ou jurídica, multa de R$ 10.000,00 (dez mil reais) a R$ 300.000,00 (trezentos mil reais), na forma do regulamento.

Parágrafo único. As receitas oriundas das multas de que tratam este artigo integrarão o Fundo Nacional de Segurança Púbica, na forma do artigo 2° da Lei n° 10.201, de 14 de fevereiro de 2001.

Art. 4º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 (noventa) dias.

Art. 5° Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O uso de bebida alcoólica nas áreas urbanas mostra-se uma das maiores causas de crimes, especialmente homicídios. Exemplos de cidades que restringiram a venda de bebidas alcoólicas ou determinaram o fechamento de estabelecimentos que as vendem são promissores em estabelecer um caminho para um controle maior da criminalidade violenta.

Precisamos, entretanto, que haja um medida nacional de controle e, nesse caso, propomos este projeto de lei, vez que se inclui na competência da União.

O fato de bebidas serem vendidas livremente nos bares e similares, em muito incentiva o seu uso por cidadãos não conscientes dos perigos que tal procedimento acarreta. É nesse sentido que procuramos restringir a sua venda, procurando diminuir as tristes estatísticas brasileiras.

O projeto proposto, para não se tornar inócuo, prevê multa aos infratores, remetendo ao regulamento o seu disciplinamento, posto haver necessidade de um detalhamento sobre tais punições.

Por ser medida necessária para a garantia de uma melhor segurança nas cidades é que solicito aos colegas parlamentares o aperfeiçoamento e a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, 30 de julho de 2003.

12/08/03

DEPUTADO ALBERTO FRAGA

PROJETO DE LEI N.º 1.774, DE 2003

(Do Sr. Reinaldo Betão)

"Obriga fabricantes de bebidas alcoólicas a colocar no rótulo das embalagens os dizeres que especifica."

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os rótulos e embalagens de bebidas alcóolicas, oferecidas a consumo da população, deverão conter os seguintes dizeres impressos por meio idôneo que garanta sua visualização e permanência.

"Este produto causa embriaguez.

É proibida sua venda a menores de 18 anos (art. 81 da Lei nº 8.069, de 13/0790).

Crime cometido por pessoa embriagada é passível de pena com agravantes."

Art. 2º O art. 67, da Lei das Contravenções Penais – Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 – passa a vigorar com a seguinte redação:

Embriaguez – Informações Acautelatórias

Art. 67. Deixar o fabricante, distribuidor ou comerciante de bebidas alcoólicas, de inserir nos rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas que produzam, distribuam ou comercializem, mensagens alusivas aos efeitos

de bebida, e conforme disposições legais a respeito.

Penas: prisão simples de 2 (dois) meses a 1 (um) ano e multa.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O País, em seus mais variados setores, população, autoridades, escolas envidam inexauríveis esforços a fim de conscientizar a população, em especial os jovens, dos efeitos negativos de bebida alcoólica, procurando evitar que eles entrem na senda do vício ou o abandonem se já se iniciaram no trágico caminho.

Entretanto, esse trabalho de conscientização exige esforços contínuos e persistência. A mídia, sustentada pelo poderio econômico das grandes empresas produtoras de bebidas alcoólicas, mostra a cada instante nos veículos de comunicações, especialmente em TV, mensagens sedutoras, geralmente com motivações eróticas ou cômicas que, procuram convencer da utilidade de consumir-se a bebida, ou minimizar ou esconder seu poder de destruição.

É preciso, então, que se faça um esforço oposto, mostrando seus efeitos nocivos e as possíveis conseqüências penais de sua oferta fora dos limites previamente definidos.

O Estatuto da Criança e do Adolescente – Lei nº 8.069/90 – proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de dezoito anos.

O Código Penal (Decreto 2.848, de 7 de dezembro de 1940), trata dos casos de crimes cometidos em estado de embriaguez. A relação entre o consumo de bebidas alcoólicas e o crime, pode ser resumida como segue:

a) embriaguez por força maior ou caso fortuito – não existe pena

b) embriaguez voluntária ou culposa – existe pena

c) embriaguez pré-ordenada (embriaguez a fim de cometer crime) – existe pena e agravante.

Partindo desses dados, elaboramos o Projeto de Lei, com intuito educativo e repressivo.

Interessamo-nos, sem faltar com a verdade, por mostrar, na mensagem a ser gravada no rótulo, a pena mais grave, pois não há possibilidade de colocar, no restrito espaço de um rótulo, todas as alternativas possíveis, com relação ao tratamento penal dispensado aos usuários da bebida.

Estabelecemos, também, a pena a ser aplicada aos fabricantes, distribuidores ou comerciantes que exerçam suas respectivas atividades, com relação à bebida, sem cuidar da colocação do rótulo mencionado.

O Projeto de Lei ajudará, com certeza, na tomada de consciência da população, com relação ao consumo de bebida, diminuindo seus malefícios.

São as razões que o justificam.

Sala das Sessões, em de de 2003.

21/08/03

Deputado REINALDO BETÃO

PROJETO DE LEI N.º 1.788, DE 2003

(Do Sr. Coronel Alves)

Estabelece condição para a venda de cigarros, charutos e derivados d tabaco.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece condições para a venda de cigarros, charutos e derivados do tabaco.

Art. 2º Fica proibida a exposição de cigarros, charutos e derivados do tabaco em bares, lanchonetes, restaurantes, boates, postos de gasolina e estabelecimentos similares, em todo o território nacional.

Parágrafo único - Os estabelecimentos de que tratam o "caput" deste artigo deverão manter os cigarros e derivados do tabaco em local não visível ao público.

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta lei sujeitará o infrator às penalidades constantes no art 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, "Código de Defesa do Consumidor.", sem prejuízo das demais sanções civis, penais e administrativas.

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

JUSTIFICATIVA

As doenças cardiovasculares e o câncer são as principais causas de morte por doença no Brasil, sendo que o câncer de pulmão é a primeira causa de morte por câncer.

Apenas 6,7% dos casos de câncer de pulmão não estão relacionados ao cigarro, pois 90% ocorre em fumantes, e 3,3% em fumantes passivos (pessoas que apenas convivem com a fumaça do cigarro).

Na maioria das vezes, o cigarro leva à morte por doença "coronariana, bronquite, enfisema, câncer no pulmão, boca, laringe, faringe, esôfago, pâncreas, rim, bexiga, colo de útero, derrame cerebral e obstrução na circulação sangüínea das pernas, impotência sexual no homem, complicações na gravidez, úlcera do aparelho digestivo, infeções respiratórias, trombose, entre outras".

Mesmo não levando à morte, esse hábito pode causar danos irreversíveis. O cigarro não afeta apenas as pessoas que optam por esse hábito sabidamente prejudicial. Os não fumantes acabam absorvendo passivamente nicotina, monóxido de carbono e outras substâncias contidas nos cigarros, charutos ou derivados do tabaco, da mesma forma que os fumantes.

A quantidade de tóxicos absorvidos por cada indivíduo depende da intensidade da exposição, bem como, o tamanho do ambiente e a qualidade da ventilação.

Os fumantes passivos sofrem os efeitos imediatos da poluição tabágica ambiental, tais como irritação nos olhos, manifestações nasais, tosse, dor de cabeça, exacerbação de problemas alérgicos e cardíacos - principalmente elevação da pressão arterial e angina (dor no peito). Outros efeitos a médio e longo prazo são a redução da capacidade funcional respiratória, aumento do risco de arteriosclerose e aumento do número de infeções respiratórias em crianças.

A Constituição considera o tabaco como um dos produtos sujeitos a controle, e determina que a saúde é um dever do Estado.

O tabaco é tão maléfico que o Governo gasta elevadas quantias com campanhas de prevenção; além disso, as doenças profissionais por ele causadas são custeadas pelo sistema de aposentadoria pago por toda a sociedade.

Retirar o produto do ângulo de visão do consumidor é uma maneira de não incentivar o fumo, que é o causador de tantos danos a saúde e prejuízos materiais para o Estado e para o próprio fumante e sua família.

A moderna sociedade de consumo é acentuadamente marcada pela publicidade, que exerce poderosa influência sobre a vida das pessoas, seus padrões de comportamento, seus hábitos, suas idéias e seus valores, atingindo homens, mulheres e crianças.

Retirar o cigarro das prateleiras dos estabelecimentos comerciais fará com que muitos jovens que ainda não experimentaram o cigarro não se sintam atraídos por ele.

Na defesa da saúde pública e de todo povo brasileiro solicito o apoio dos Nobres Parlamentares para a aprovação do Projeto de Lei em questão.

Sala de Sessões, em de de 2003.

26/08/03

Deputado Coronel Alves
PL_AP

PROJETO DE LEI N.º 1.789, DE 2003

(Do Sr. Coronel Alves)

Dispõe sobre relações de consumo, distribuição e circulação de substâncias etílicas e dá outras providências.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1° Esta lei estabelece as relações de consumo, distribuição e circulação de substâncias etílicas.

Art. 2° Os fabricantes, os fornecedores e os distribuidores de bebidas alcoólicas colocadas no mercado de consumo, farão constar, de maneira visível, legível, clara e precisa nas embalagens dos referidos produtos, as seguintes expressões:

I - "proibida a venda a menores de 18 anos";

II - "o uso imoderado desta substância causa diversos males à sua saúde" e

III - "o uso desta substância produz dependência física e/ou psíquica".

§1° - Aplica-se o disposto nesta lei às bebidas rotuladas como "sem álcool", que quando dispuserem de ingredientes alcoólicos, mesmo que sejam considerados mínimos, deverão informar a presença dessa substância ao consumidor.

§2° Fica proibida a circulação para distribuição interna e a comercialização de produtos cujos rótulos ou embalagens não estejam de acordo com o disposto nesse artigo.

Art. 3° Os fabricantes, fornecedores e distribuidores de bebidas alcoólicas adequarão as embalagens dos seus produtos ao exigido nesta lei, no prazo de cento e oitenta dias contados da data de sua publicação.

Parágrafo único - Excetua-se do disposto nesta lei as bebidas alcoólicas cujo lote de produção for anterior à publicação desta lei.

Art. 4° A não observância das disposições desta lei, sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, sujeitará os infratores a:

I - multa no valor do equivalente a 1.200 (hum mil e duzentas) UF;

II - multa aplicada em dobro e sucessivamente, nos casos de reincidência.

Art. 5° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O projeto de lei apresentado a esta Casa Legislativa tem como escopo, após a devida tramitação, estabelecer regras visando proteger os consumidores do consumo de substâncias etílicas colocadas no mercado de consumo, para que o façam de forma mais esclarecida

Esta competência é claramente delineada pelo comando dos incisos V e VIII, do artigo 24 da Constituição Federal, que autoriza o exercício da competência concorrente entre os entes federativos quando o tema é produção e consumo.

Há, ainda, quem pense que o consumo de bebidas alcoólicas é algo simples e inofensivo. E que beber socialmente é questão de apenas beber moderamente. A propaganda associa o ato de beber "X " produto à imagens de juventude, jogo de cintura do brasileiro e muita sensualidade. Status e prazer. "A propaganda, por meio de inumeráveis *anúncios na TV, rádios, jornais, sugere que a solução para qualquer problema poderá ser* facilmente encontrada a partir do uso de uma substância química" - **Dr. Silvério da Costa Oliveira, mestre em psicologia-UERJ, membro da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, autor de vários livros sobre sexo e drogas.**

Presente na história da humanidade desde 6000 A C, inicialmente a bebida alcoólica tinha um teor muito baixo e relacionado a rituais religiosos.

A partir da Idade Média surgiu o processo de destilação e o seu uso como remédio para a dor. Com a revolução industrial seu uso foi generalizado. "Apesar do desconhecimento por parte da maioria das pessoas, o álcool também é considerado uma droga psicotrópica, pois ele atua no sistema nervoso central, provocando uma mudança no comportamento de quem o consome, além de ter potencial para desenvolver dependência.

O álcool é uma das poucas drogas psicotrópicas que tem seu consumo admitido e até incentivado pela sociedade. (...) Além dos inúmeros acidentes de trânsito e de violência associada, o consumo de álcool pode provocar um quadro de dependência conhecido como alcoolismo. Desta forma, o consumo inadequado do álcool é um *importante problema de saúde pública, acarretando altos custos para a sociedade...*" - **GREA = Grupo Interdisciplinar de Estudos do álcool e Drogas, do Departamento de Psiquiatria da Faculdade de Medicina da USP.**

A ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE - OMS, informa que países desenvolvidos que aboliram os anúncios de bebidas alcoólicas têm um consumo 16% mais baixo e 25% menos mortes no trânsito.

Hoje está se fumando menos e bebendo mais no mundo todo, tanto que a ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE elaborou a Carta Européia do Álcool: 1. Todas as pessoas têm direito a viver numa família, comunidade e local de trabalho protegidos de acidentes, de violência e das conseqüências negativas do consumo do álcool. 2. Todas as pessoas têm direito a receber informação e educação valida e imparcial, desde os primeiros anos de vida, sobre as conseqüências negativas de consumo de álcool para a saúde, a família e a sociedade. 3. Todas as crianças e adolescentes têm o direito de crescer num ambiente protegido das conseqüências negativas do consumo do álcool e tanto quanto possível das indução ao consumo de bebidas alcoólicas. 4. Todas as pessoas com um *consumo de álcool prejudicial a si e aos membros de sua família têm o direito ao apoio e* tratamento acessível e adequado. 5. Todas as pessoas que não queiram consumir álcool ou não o possam fazer por razões de saúde ou outras, têm direito a estarem protegidas de pressões para beber e têm direito a serem apoiadas no seu comportamento abstinente.

O consumidor tem o direito de se ver protegido contra o propagandas enganosas, uma vez que tais produtos procuram associar-se a imagens de sucesso social e sexual e à juventude, o que justamente é destruído pelo Álcool. Bem como tem o direito de

receber informações claras e corretas sobre o que está consumindo, conforme dispõe o Código do Consumidor., ao definir no Artigo 4º os Direitos do Consumidor.

Temos a certeza que esse projeto vai ajudar para que, passo a passo, o Brasil se torne cada vez mais um lugar melhor para se viver. E se estamos falando em criar um Brasil novo, moderno e melhor, estamos falando de futuro e direcionando esta perspectiva aos jovens. Ajudar o jovem a resistir aos apelos das drogas, para que ele possa desenvolver-se naturalmente, alcançando o seu potencial pleno, e em equilíbrio. Informar-sem-julgar.- Educar-para-prevenir. Prevenir-para-ter-opção-à-vida.

Sala das Sessões em, de de 2003. 26/08/03

Deputado Coronel Alves
PL-AP

PROJETO DE LEI N.º 1.880, DE 2003

(Do Sr. Ronaldo Vasconcellos)

Proíbe a comercialização, no território nacional, de tabaco e seus derivados em padarias, supermercados e estabelecimentos congêneres

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibida a comercialização de tabaco e produtos dele derivados, em qualquer de suas formas, em padarias, supermercados e estabelecimentos congêneres destinados ao atendimento indiscriminado do consumidor final.

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

JUSTIFICAÇÃO

A colocação do tabaco e de produtos dele derivados, como o cigarro, em estabelecimentos de acesso amplo e indiscriminado de consumidores de produtos finais é fator que facilita e estimula a aquisição e consumo de itens que comprovadamente são nocivos à saúde humana.

As conseqüências do uso desses produtos vão desde a perda de vidas em escala assustadora até a configuração mesmo de um

problema de saúde pública, especialmente pela demanda por leitos e serviços hospitalares, onerando o Estado e os contribuintes.

Muitas medidas já vêm sendo adotadas para coibir o uso ou, ao menos, orientar as pessoas sobre os males causados pelo fumo, utilizando-se de instrumentos de propaganda dissuasiva e a obrigatoriedade de inscrição, nas embalagens, de alertas sobre as doenças causadas pelo cigarro.

Falta, no entanto, uma medida mais enérgica, que dificulte efetivamente o acesso a tais produtos, restringindo a comercialização a locais de venda exclusiva desses produtos, como charutarias e assemelhados, o que decorrerá, naturalmente, da adoção do quanto estabelecido no presente projeto de lei, que esperamos ver bem compreendido e aprovado pelos nobres Deputados desta Casa.

Sala das Sessões, em 03 de outubro de 2003.

Deputado Ronaldo Vasconcellos

PROJETO DE LEI N.º 1.915, DE 2003

(Do Sr. Neuton Lima)

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.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Acrescente-se à Lei nº 9.294, de 1996, o seguinte art. 4º A, renumerando-se os demais:

"Art. 4ºA A venda de bebidas alcoólicas fica restrita ao período que vai das 22 horas de um dia até às 5 horas e 59 minutos do dia seguinte, em casa noturnas, bares, clubes e restaurantes de todo o País, localizados em áreas residenciais, e ao período que vai das 10:00 às 24:00 em áreas comerciais, *shopping centers* e centros de diversões.

Parágrafo único. O não cumprimento do disposto no *caput* sujeita vendedores, gerentes e proprietários dos estabelecimentos à multa de R$ 1.000,00 (mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, em caso de reincidência."

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

JUSTIFICAÇÃO

São por demais conhecidos de todos nós os danos pessoais e sociais causados pelo consumo exagerado de bebidas alcoólicas. Porém, apesar de já existir no País legislação referente à matéria, como é o caso da Lei nº 9.294, de 1996, que restringe o uso e a propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em todo o País, esta atém-se mais que tudo ao primeiro aspecto da questão, ou seja, à propaganda, deixando de considerar outras variáveis igualmente importantes relativas ao uso destes produtos.

Entendemos, no entanto, ser praticamente impossível conter os abusos e males de toda ordem, causados não só aos usuários de bebidas alcoólicas, como à sociedade em geral, caso não se estabeleçam limites ao seu uso, sobretudo no que respeita ao horário de vendas do produto em determinadas áreas das cidades, proporcionando, assim, maior tranqüilidade a seus habitantes.

A presente proposição constitui, portanto, a resposta para um tipo de preocupação que não é só nossa, mas de todos os cidadãos brasileiros, em especial aqueles que habitam as grandes cidades, onde a violência e a criminalidade vêm aumentando de maneira alarmante e descontrolada.

Sala das Sessões, em de de 2003.

09/09/03

Deputado Nélton Lima

PROJETO DE LEI N.º 1.945, DE 2003

(Do Sr. Eduardo Paes)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de constar, nas embalagens de cigarros, as datas de fabricação e validade.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É obrigatória a inserção das datas de fabricação e de validade, nas embalagens de cigarros destinadas ao consumidor final.

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumidor tem direito de saber a qualidade do produto que está consumindo, especialmente quando se trata de item tão controvertido e de ampla participação no mercado, o que justifica plenamente a presente iniciativa, que esperamos ver aprovada pelos ilustres colegas Deputados.

Sala das Sessões, em 09 de setembro de 2003

10/09/03

Deputado Eduardo Paes
PSDB/RJ

PROJETO DE LEI N.º 1.998, DE 2003

(Do Sr. Carlos Nader)

Acrescenta parágrafo ao art. 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para regulamentar informações ao consumidor sobre bebida alcoólica e tabaco.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro, de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte § 1º-A:

"§ 1º-A Em se tratando de bebida alcoólica ou produto de tabaco para fumar, cabe ao fabricante inscrever na rotulagem do produto informações sobre os efeitos benéficos, maléficos e colaterais decorrentes de seu uso.

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

JUSTIFICAÇÃO

Apesar da existência de legislação sobre a propaganda de bebida alcoólica e tabaco, faz-se mister alterar o Código de Defesa do Consumidor para regulamentar a rotulagem desses produtos com informações corretas, claras, precisas e ostensivas a respeito de seus benefícios, malefícios e efeitos colaterais.

O espírito que prevalece no Código é o da preservação da segurança e da saúde do consumidor. Ele tem direito à proteção contra riscos provocados por produtos considerados perigosos ou nocivos. Entretanto, é inegável o direito de todo cidadão à liberdade de escolha para consumir ou não produtos considerados potencialmente nocivos. Em nosso entendimento, para que o consumidor exerça com consciência essa liberdade de escolha é imprescindível que esteja perfeitamente esclarecido dos riscos envolvidos no consumo de determinado produto, e é exatamente esse esclarecimento que busca a presente proposição: proporcionar ao consumidor informações na rotulagem de bebidas alcoólicas e tabaco sobre as possíveis conseqüências de seu consumo.

É público e notório que o consumo de álcool e tabaco pode ter efeitos nocivos à saúde do consumidor. Também é notório que, apesar de sua potencial nocividade, esses produtos são consumidos por milhões de brasileiros. Assim, não obstante à existência da Lei nº 8.078/90, que contém regras gerais sobre informações a serem prestadas na oferta de produtos, bem como a existência de legislação específica sobre propaganda de bebida alcoólica e tabaco, consideramos, que, devido ao imenso número de consumidores desses produtos, eles merecem um tratamento especial por parte do Código de Defesa do Consumidor, especialmente no que diz respeito à sua rotulagem.

Os danos a que se expõe o consumidor e os danos provocados pelo consumo de bebida alcoólica ou tabaco tanto podem resultar da potencial nocividade do produto, como de seu uso inadequado. A medida ora proposta pretende evitar que, inadvertidamente, o consumidor use esses produtos de maneira inadequada, fazendo com que seja cada vez mais conhecedor das reais conseqüências que lhe pode trazer o consumo de bebida alcoólica e tabaco.

Com o intuito de aprimorar a proteção e a defesa do consumidor, solicitamos o apoio dos nobres Pares à presente iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2003.

17/09/03

Deputado CARLOS NADER

PROJETO DE LEI N.º 2.089, DE 2003

(Do Sr. Zico Bronzeado)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas em estádios e ginásios de esportes.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1°. É proibida a venda e o ingresso, por qualquer forma, de bebidas alcoólicas em estádios de futebol e ginásios de esportes.

Art. 2°. O estabelecimento e/ou o freqüentador, flagrado em desobediência ao disposto no Art. 1° desta Lei terão seus estoques apreendidos e estarão sujeitos a multas entre 1(um) e 100 (cem) salários mínimos.

Art. 3°. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Semanalmente a imprensa de todo o país dá conta dos distúrbios e das conseqüências geradas por atitudes de torcedores de futebol, e de outras modalidades esportivas, que embriagados se transformam em agentes de violência e perturbação da ordem pública.

Casos são conhecidos em que esses embates, fora e dentro dos campos, terminam em agressões, mutilações e mortes de pessoas que, muitas vezes sequer estão envolvidas diretamente no conflito. A violência, no mais das vezes gerada pelo consumo de bebida alcoólica constitui elemento de esvaziamento e desprestígio do esporte como um todo, tendo como resultado o afastamento dos jovens e das famílias de uma atividade básica na formação do indivíduo, além, obviamente, de trazer graves prejuízos financeiros aos clubes e entidades desportivas.

Além de proibir a venda e o consumo de bebida alcoólica nos estádios de futebol e nos ginásios esportivos, é importante estabelecer penas pecuniárias aos que, em desobediência à Lei, promoverem a venda e o consumo de bebida alcoólica nos estádios de futebol e ginásios desportivos, sejam estabelecidos ou ambulantes.

Assim é que solicito dos nobres pares o apoio necessário à presente proposta.

Sala das Sessões

25/09/03

ZICO BRONZEADO
Deputado Federal PT/AC

PROJETO DE LEI N.º 2.268, DE 2003

(Do Sr. Rogério Silva)

Altera o art. 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, e dá outras providências.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Ao art. 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, renumerando-se o atual parágrafo único para primeiro acrescenta-se o parágrafo segundo com a seguinte redação:

Art. 8º. .....

§ 1º - .....

§ 2º - Não se excluem das exigências do "caput" deste artigo e do parágrafo anterior os produtos tabagistas e as bebidas de qualquer teor alcoólico, que deverão ser vendidos somente acondicionados em embalagens fechadas, acompanhadas de "bulas" que, assinadas por médico, bioquímico, ou farmacêutico responsável, conterão, de forma especificada e em linguagem clara, a plena composição do produto e a definição dos elementos geradores de dependência, com as respectivas quantificações por dose ou unidade consumida, os efeitos benéficos e os maléficos ou colaterais decorrentes do curto, médio ou longo prazos de consumo, os limites e a possibilidade da geração de dependências e as conseqüências físicas, psicológicas e morais provenientes da mencionada dependência."

Art. 2º - A não observância do disposto no artigo anterior e seus parágrafos caracteriza a prática de crime punido com penas do art. 63 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, havendo cumulação de penas para cada infração apurada.

Art 3º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei objetiva especialmente o aperfeiçoamento da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor brasileiro. E o faz em uma das áreas onde a ausência da proteção é mais evidente, ou seja, na do consumo de produtos tabagistas e de bebidas de qualquer teor alcoólico.

É evidente que o fumo e o álcool são drogas de consumo liberado em todo o país. Não há qualquer tipo de repressão ou de combate a tais drogas que tantos malefícios causam ao ser humano que por eles se deixam dominar como dependentes. Nem sequer nas campanhas de combate a outros tipos de drogas, o tabaco e o álcool são mencionados, embora o custo social dos respectivos vícios seja enorme tanto para o Estado como para as pessoas, individual ou coletivamente.

O que se pretende através da Lei proposta é dar ao tabaco e ao álcool, enquanto produtos amplamente consumíveis, tratamento de droga que gera dependência química e que oferece múltiplos malefícios para a saúde humana. Assim, escolheu-se o Capítulo da Proteção à Saúde e Segurança, no contexto da Lei nº 8.078/90, para determinar que tanto o tabaco quanto o álcool sejam comercializados somente se acondicionados em embalagens fechadas, acompanhadas de bulas assinadas e de responsabilidade de profissionais competentes, nas quais se indiquem a composição real do produto, seus efeitos benéficos, maléficos e colaterais, a possibilidade da geração de dependência química e os prejuízos físicos, psicológicos e morais decorrentes do seu uso dentro de curtos, médios ou longos prazos.

O Estado já reconheceu os malefícios do fumo e, através de mensagens institucionais, na ocorrência da publicidade do tabaco, há sempre, junto, uma advertência do Ministério da Saúde para os riscos do consumo daquele produto. Mas isto ainda é muito pouco se considerarmos que o Estado não assumiu, plenamente, a idéia de que tanto o tabaco quanto o álcool são

drogas realmente e que, como tais, se consumidos, geram dependência química e causam danos a saúde humana.

O projeto de Lei que apresento desmistifica esta situação e declara tanto o fumo como o álcool como drogas que, ao serem comercializadas ainda que livremente, o serão sob certos parâmetros elucidadores e restritivos, exigindo-se o testemunho escrito em forma de bula, por profissional de formação científica, que esclarecerá todos os riscos daquele consumo. O livre arbítrio determinará, no consumidor viciado e dependente, a sua forma de ação, sem omissões ou cumplicidades do Estado. Vale acrescentar que a restrição ao uso se dará pela exigência da lei em que os produtos mencionados somente sejam comercializados em embalagens fechadas.

A Lei proposta configura como crime a não observância das exigências nela contidas, apenando os infratores pelo conjunto de normas punitivas já instituídos pela própria Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, conforme o seu artigo 63. esclarecendo, no entanto, que as penas serão cumulativas.

É uma proposta de larga significação moral, ética e humana, que visa estabelecer claramente que o fumo e as bebidas alcoólicas causam dano à saúde e que tanto o tabaco como o álcool são realmente drogas que, consumidas, viciam e geram dependência química.

A proposta é constitucional, tem embasamento jurídico perfeito e boa técnica legislativa. Merece, por isto e por seu mérito, ser aprovado por esta Casa.

Sala das Sessões, em de de 2003.

Deputado Rogério Silva 09/10/03

PPS/ MATO GROSSO

PROJETO DE LEI N.º 2.807, DE 2003

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre obrigatoriedade de mensagem de alerta sobre riscos à saúde em propaganda e embalagens de bebidas, tabaco e derivados.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º As empresas produtoras de bebidas alcoólicas ou de tabaco e derivados ficam obrigadas a inserir nas embalagens e material de divulgação ou promocional alerta ao consumidor sobre os riscos à saúde de seus produtos, nos termos desta lei.

Parágrafo único. Entende-se por bebida alcoólica aquela com dosagem de álcool maior do que 2°(dois graus) gay lussac.

Art. 2º As mensagens de alerta devem ser escritas ou faladas, conforme os casos previstos no art. 1º, tendo como frases básicas: "Fumar é prejudicial à saúde." e "Beber é prejudicial à saúde."

Art. 3º As dimensões, o tempo de veiculação e as demais ações regulamentadoras da presente lei serão definidas pelo Poder Executivo no prazo de 90(noventa) dias.

Art. 4º As empresas sujeitas a esta Lei têm prazo de 60(sessenta) dias, após a regulamentação prevista no art. 3º, para se enquadrarem às suas disposições.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os evidentes prejuízos à saúde e os sérios riscos à vida gerados pela prática do fumo e pelo uso abusivo do álcool são mais que suficientes para justificar medidas que objetivem restringir e desestimular o consumo desses produtos.

O fumo está constantemente associado ao câncer de pulmão e o álcool à milhares de acidentes de trânsito. Essas são algumas das constatações de que muitas vidas são perdidas diariamente sem que se tomem providências sérias e duradouras para reverter esse quadro.

A situação se agrava quando identificamos que as empresas produtoras desses agentes nocivos à saúde humana utilizam a propaganda como uma de suas principais estratégias para ampliar as vendas, sem realizar efetivamente o alerta necessário sobre os riscos de seus produtos.

As respostas a essa situação têm atingido parcialmente seus objetivos, através de ações do poder executivo. Torna-se necessário, contudo, ampliar o alcance das medidas coibitivas dos constantes abusos praticados, visando propiciar uma maior garantia à população.

Pelo exposto, e em razão da relevância do tema e dos benefícios que oferece à comunidade, contamos com o apoio dos ilustres parlamentares para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em de de 2003.

17/12/03

Deputado **CARLOS NADER**

PFL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 3.311, DE 2004

(Do Sr. Enio Tatico)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, de forma a estabelecer novas restrições à propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão .

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, de forma a estabelecer restrições à propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão .

Art. 2º O *Parágrafo único do art. 1º e o art. 4º da Lei n.º 9.294, de* 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Considera-se bebida alcoólica, para os efeitos desta Lei, a bebida com graduação alcoólica acima de meio por cento em volume, a vinte graus Celsius.

Art. 4º Somente será permitida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e três e as seis horas .

.....

§ 1º-A É vedada a participação de modelos nus ou seminus nas propagandas de que trata este artigo.

.....

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação .

JUSTIFICAÇÃO

Com a aprovação da lei n.º 9.294, de 1996, que regula os § 4º do art. 220 da Constituição Federal, que também trata da propaganda de medicamentos e terapias e de agrotóxicos, foram introduzidas em nossa legislação restrições ao uso, à comercialização e à propaganda de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas.

Ao final de 2000, referida legislação foi alterada pela Lei n.º 10.167 que introduziu mudanças significativas no que se refere aos produtos derivados de tabaco, cuja propaganda nas emissoras de televisão passou a estar proibida, bem como seu uso em aeronaves e veículos de transporte público. A publicidade desses produtos sofreu ainda restrições mais severas, passando a ser proibida nos meios de comunicação, ficando autorizada somente na parte interna dos locais de venda,

ficando ainda proibidos a propaganda por meio eletrônico, inclusive Internet, e o merchandizing em propaganda de rádio e televisão produzidos no País. Quanto à comercialização, estão vedadas a venda de produtos fumígeros em estabelecimentos de ensino e saúde, a distribuição de amostras grátis e a venda via postal.

No caso das bebidas alcoólicas, vige, até o momento, a redação original da Lei n.º 9.294, aprovada em 1996, exceto quanto à obrigatoriedade da propaganda desses produtos nos meios de comunicação conter advertência quanto aos efeitos adversos de seu consumo excessivo, determinação que foi introduzida pela Medida Provisória n.º 2190-34, de 23 de agosto 2001.

As outras restrições impostas à publicidade de bebidas alcoólicas pela Lei n.º 9.294, de 1996, dizem respeito ao horário de veiculação nas emissoras de rádio e televisão que foi limitado ao período de 21 ás 6 horas . O mesmo dispositivo, art. 4º da referida Lei, também estabelece que a publicidade não poderá associar o produto ao esporte olímpio ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, á condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas. Cumpre ressaltar, no entanto, que, de acordo com o disposto no parágrafo único do art. 1º da referida norma legal, essas restrições somente se aplicam ás bebidas alcoólicas com teor alcoólico maior do que treze Gay Lussac. Isso significa que estão excluídos das restrições legais a maioria dos vinhos de mesa, as cervejas de diversos tipos e as bebidas chamadas "ice" que misturam sucos com outras bebidas destiladas. Tal fato torna a legislação atual muito mais branda do que seria desejável .

Tratar as bebidas alcoólicas de teor menor que 13º Gay Lussac com toda condescendência é, a nosso ver, um absurdo, pois são essas as bebidas consumidas em larga escala pela população em geral, inclusive crianças e adolescentes. Nosso país gasta anualmente vultosos recursos para tratar dependentes químicos e pessoas envolvidas em graves acidentes nas cidades e nas estradas, cujos números e a gravidade poderiam ser diminuídos com a correspondente redução do uso de bebidas alcoólicas pelos motoristas. Também São alarmantes os dados que estabelecem estreita correlação entre a Ingestão de bebidas alcoólicas e o envolvimento de seus usuários em episódios de violência .

Por essas razões, consideramos relevante e urgente alterar a legislação de forma a diminuir a exposição das pessoas à propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão. Da forma como vige a Lei atual, os anúncios de cervejas, vinhos e bebidas "ice" podem ser apresentados em qualquer horário associando o produto a situações com grande apelo, inclusivo com a utilização de modelos nus e seminus que passam a idéia de prazer e satisfação ao ingerir as referidas bebidas. Ademais, é grande o número de crianças e adolescentes que assistem programas de televisão após as vinte e uma horas.

Por essas razões, optamos pela apresentação de projeto de lei que pretende alterar o tratamento dado á propaganda de bebidas alcoólicas pela atual legislação. Em primeiro lugar, propomos modificar redação do *parágrafo único* do art. 1° da Lei n.° 9.294, de 1996, adotando a definição do § 2° do art. 10 do Decreto 3.510, de 16 junho de 2000, que regulamenta a Lei n.° 8.918, de 14 de 1994, que "dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas", que define bebida alcoólica como a bebida com graduação alcoólica acima de meio por cento em volume, a vinte graus Celsius. Em seguida, alteramos o caput do art. 4° da mesma Lei, de forma a restringir a veiculação de propaganda desses produtos nas emissoras de rádio e televisão ao horário compreendido entre 23 e 06 horas . Por último, incluímos novo parágrafo no mesmo artigo de forma a vedar a participação de modelos nus ou seminus em propagandas de bebidas alcoólicas.

Com a apresentação do presente projeto de lei, esperamos contribuir para a discussão do tema nesta Casa, que vem sendo adiada há longo tempo. Dada a relevância da matéria, esperamos conta com o apoio de nossos nobres colegas parlamentares para sua célere tramitação e aprovação .

Sala das Sessões, em 6 de abril de 2004.

Deputado Enio Tatico

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 Nº 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.

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 de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

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

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 fumígeros, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

** Artigo, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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 seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

** § 2º, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** § Inciso I com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

II - "fumar causa câncer de pulmão";

** Inciso II com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

III - "fumar causa infarto do coração";

** Inciso III com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

** Inciso IV com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso V com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VI com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

VIII - "fumar causa impotência sexual".

** Inciso VIII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos.

**§ 3º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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. 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.

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 3º Fica criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, autarquia sob regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde, com sede e foro no Distrito Federal, prazo de duração indeterminado e atuação em todo território nacional.

....." (NR)

"Art.7º.....

.....

VII - autorizar o funcionamento de empresas de fabricação, distribuição e importação dos produtos mencionados no art. 8º desta Lei e de comercialização de medicamentos;

.....

XXV - monitorar a evolução dos preços de medicamentos, equipamentos, componentes, insumos e serviços de saúde, podendo para tanto:

a) requisitar, quando julgar necessário, informações sobre produção, insumos, matérias-primas, vendas e quaisquer outros dados, em poder de pessoas de direito público ou privado que se dediquem às atividades de produção, distribuição e comercialização dos bens e serviços previstos neste inciso, mantendo o sigilo legal quando for o caso;

b) proceder ao exame de estoques, papéis e escritas de quaisquer empresas ou pessoas de direito público ou privado que se dediquem às atividades de produção, distribuição e comercialização dos bens e serviços previstos neste inciso, mantendo o sigilo legal quando for o caso;

c) quando for verificada a existência de indícios da ocorrência de infrações previstas nos incisos III ou IV do art. 20 da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, mediante aumento injustificado de preços ou imposição de preços excessivos, dos bens e serviços referidos nesses incisos, convocar os responsáveis para, no prazo máximo de dez dias úteis, justificar a respectiva conduta;

d) aplicar a penalidade prevista no art. 26 da Lei nº 8.884, de 1994;

XXVI - controlar, fiscalizar e acompanhar, sob o prisma da legislação sanitária, a propaganda e publicidade de produtos submetidos ao regime de vigilância sanitária;

XXVII - definir, em ato próprio, os locais de entrada e saída de entorpecentes, psicotrópicos e precursores no País, ouvido o Departamento de Polícia Federal e a Secretaria da Receita Federal.

.....

4º A Agência poderá delegar a órgão do Ministério da Saúde a execução de atribuições previstas neste artigo relacionadas a

serviços médico-ambulatorial-hospitalares, previstos nos §§ 2° e 3° do art. 8°, observadas as vedações definidas no § 1° deste artigo.
§ 5° A Agência deverá pautar sua atuação sempre em observância das diretrizes estabelecidas pela Lei n° 8.080, de 19 de setembro de 1990, para dar seguimento ao processo de descentralização da execução de atividades para Estados, Distrito Federal e Municípios, observadas as vedações relacionadas no § 1° deste artigo.
§ 6° A descentralização de que trata o § 5° será efetivada somente após manifestação favorável dos respectivos Conselhos Estaduais, Distrital e Municipais de Saúde." (NR)
"Art.8°.....
.....
5° A Agência poderá dispensar de registro os imunobiológicos, inseticidas, medicamentos e outros insumos estratégicos quando adquiridos por intermédio de organismos multilaterais internacionais, para uso em programas de saúde pública pelo Ministério da Saúde e suas entidades vinculadas.
§ 6° O Ministro de Estado da Saúde poderá determinar a realização de ações previstas nas competências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, em casos específicos e que impliquem risco à saúde da população.
§ 7° O ato de que trata o § 6° deverá ser publicado no Diário Oficial da União.
§ 8° Consideram-se serviços e instalações submetidos ao controle e fiscalização sanitária aqueles relacionados com as atividades de portos, aeroportos e fronteiras e nas estações aduaneiras e terminais alfandegados, serviços de transportes aquáticos, terrestres e aéreos". (NR)
"Art.9°.....
Parágrafo único. A Agência contará, ainda, com um Conselho Consultivo, que deverá ter, no mínimo, representantes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios, dos produtores, dos comerciantes, da comunidade científica e dos usuários, na forma do regulamento." (NR)
"Art. 15. Compete à Diretoria Colegiada:
I - definir as diretrizes estratégicas da Agência;
II - propor ao Ministro de Estado da Saúde as políticas e diretrizes governamentais destinadas a permitir à Agência o cumprimento de seus objetivos;
III - editar normas sobre matérias de competência da Agência;
IV - cumprir e fazer cumprir as normas relativas à vigilância sanitária;
V - elaborar e divulgar relatórios periódicos sobre suas atividades;
VI - julgar, em grau de recurso, as decisões da Agência, mediante provocação dos interessados;
VII - encaminhar os demonstrativos contábeis da Agência aos órgãos competentes.

§ 1º A Diretoria reunir-se-á com a presença de, pelo menos, três Diretores, dentre eles o Diretor-Presidente ou seu substituto legal, e deliberará por maioria simples.
§ 2º Dos atos praticados pela Agência caberá recurso à Diretoria Colegiada, com efeito suspensivo, como última instância administrativa." (NR)
"Art. 16. Compete ao Diretor-Presidente:
I - representar a Agência em juízo ou fora dele;
II - presidir as reuniões da Diretoria Colegiada;
III - decidir **ad referendum** da Diretoria Colegiada as questões de urgência;
IV - decidir em caso de empate nas deliberações da Diretoria Colegiada;
V - nomear e exonerar servidores, provendo os cargos efetivos, em comissão e funções de confiança, e exercer o poder disciplinar, nos termos da legislação em vigor;
VI - encaminhar ao Conselho Consultivo os relatórios periódicos elaborados pela Diretoria Colegiada;
VII - assinar contratos, convênios e ordenar despesas;
VIII - elaborar, aprovar e promulgar o regimento interno, definir a área de atuação das unidades organizacionais e a estrutura executiva da Agência;
IX - exercer a gestão operacional da Agência." (NR)
"Art. 19. A Administração da Agência será regida por um contrato de gestão, negociado entre o seu Diretor-Presidente e o Ministro de Estado da Saúde, ouvidos previamente os Ministros de Estado da Fazenda e do Planejamento, Orçamento e Gestão, no prazo máximo de cento e vinte dias seguintes à nomeação do Diretor-Presidente da autarquia.
....."(NR)
"Art.22.....
.....
X - os valores apurados em aplicações no mercado financeiro das receitas previstas nos incisos I a IV e VI a IX deste artigo.
....." (NR)
"Art.23.....
.....
4º A taxa deverá ser recolhida nos termos dispostos em ato próprio da ANVISA.
.....
6º Os laboratórios instituídos ou controlados pelo Poder Público, produtores de medicamentos e insumos sujeitos à Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, à vista do interesse da saúde pública, estão isentos do pagamento da Taxa de Fiscalização de Vigilância Sanitária.

§ 7º Às renovações de registros, autorizações e certificados aplicam-se as periodicidades e os valores estipulados para os atos iniciais na forma prevista no Anexo.

§ 8º O disposto no § 7º aplica-se ao contido nos §§ 1º a 8º do art. 12 e parágrafo único do art. 50 da Lei nº 6.360, de 1976, no § 2º do art. 3º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, e § 3º do art. 41 desta Lei." (NR)

"Art. 30. Constituída a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, com a publicação de seu regimento interno pela Diretoria Colegiada, ficará a Autarquia, automaticamente, investida no exercício de suas atribuições, e extinta a Secretaria de Vigilância Sanitária." (NR)

"Art.41.....

1º A Agência poderá conceder autorização de funcionamento a empresas e registro a produtos que sejam aplicáveis apenas a plantas produtivas e a mercadorias destinadas a mercados externos, desde que não acarretem riscos à saúde pública.

§ 2º A regulamentação a que se refere o **caput** deste artigo atinge inclusive a isenção de registro.

§ 3º As empresas sujeitas ao Decreto-Lei nº 986, de 1969, ficam, também, obrigadas a cumprir o art. 2º da Lei nº 6.360, de 1976, no que se refere à autorização de funcionamento pelo Ministério da Saúde e ao licenciamento pelos órgãos sanitários das Unidades Federativas em que se localizem." (NR)

Art. 2º A Lei nº 9.782, de 1999, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

"Art. 41-A. O registro de medicamentos com denominação exclusivamente genérica terá prioridade sobre o dos demais, conforme disposto em ato da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária." (NR)

"Art. 41-B. Quando ficar comprovada a comercialização de produtos sujeitos à vigilância sanitária, impróprios para o consumo, ficará a empresa responsável obrigada a veicular publicidade contendo alerta à população, no prazo e nas condições indicados pela autoridade sanitária, sujeitando-se ao pagamento de taxa correspondente ao exame e à anuência prévia do conteúdo informativo pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária." (NR)

Art. 3º O Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde ficará subordinado tecnicamente à Agência Nacional de Vigilância Sanitária e administrativamente à Fundação Oswaldo Cruz.

Parágrafo único. As nomeações para os cargos em comissão e as designações para as funções gratificadas do Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde serão de competência do Ministro de Estado da Saúde, por

indicação do Diretor-Presidente da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ouvido o Presidente da Fundação Oswaldo Cruz.

Art. 4º Os alimentos importados em sua embalagem original terão como data limite para regularização de sua situação de registro junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária o dia 1º de março de 2000.

Art. 5º Os servidores efetivos dos quadros de pessoal do Ministério da Saúde e da Fundação Nacional de Saúde, em exercício, em 31 de dezembro de 1998, na Secretaria de Vigilância Sanitária e nos Postos Aeroportuários, Portuários e de Fronteiras ficam redistribuídos para a Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

§ 1º Os servidores da Fundação Nacional de Saúde, redistribuídos consoante o disposto no **caput** , serão enquadrados no mesmo plano de cargos dos servidores oriundos do Ministério da Saúde.

§ 2º Caso o resultado do enquadramento de que trata o § 1º gere valores inferiores aos anteriormente percebidos, a diferença será paga como vantagem nominalmente identificada, aplicando-se-lhe os mesmos percentuais de revisão geral ou antecipação do reajuste de vencimento.

Art. 6º O Anexo II da Lei nº 9.782, de 1999, passa a vigorar na forma do Anexo a esta Medida Provisória.

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....

.....

2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art . 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

Art. 9º Os arts. 3º, 18 e 57 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.3º.....

.....

XX - Medicamento Similar - aquele que contém o mesmo ou os mesmos princípios ativos, apresenta a mesma concentração, forma farmacêutica, via de administração, posologia e indicação terapêutica, e que é equivalente ao medicamento registrado no órgão federal responsável pela vigilância sanitária, podendo diferir somente em características relativas ao tamanho e forma do produto, prazo de validade, embalagem, rotulagem, excipientes e veículos, devendo sempre ser identificado por nome comercial ou marca;

.....

Parágrafo único. No caso de medicamentos genéricos importados, cujos ensaios de bioequivalência foram realizados fora do País, devem ser apresentados os ensaios de dissolução comparativos entre o medicamento-teste, o medicamento de referência internacional utilizado no estudo de bioequivalência e o medicamento de referência nacional." (NR)

"Art.18.....

1º Na impossibilidade do cumprimento do disposto no **caput** deste artigo, deverá ser apresentada comprovação do registro em vigor, emitida pela autoridade sanitária do país em que seja comercializado ou autoridade sanitária internacional e aprovado em ato próprio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde.

§ 2º No ato do registro de medicamento de procedência estrangeira, a empresa fabricante deverá apresentar comprovação do cumprimento das Boas Práticas de Fabricação, reconhecidas no âmbito nacional." (NR)

"Art.57.....

Parágrafo único. Além do nome comercial ou marca, os medicamentos deverão obrigatoriamente exibir, nas peças referidas no **caput** deste artigo, nas embalagens e nos materiais promocionais a Denominação Comum Brasileira ou, quando for o caso, a Denominação Comum Internacional, em letras e caracteres com tamanho nunca inferior à metade do tamanho das letras e caracteres do nome comercial ou marca." (NR)

Art . 10. O **caput** do art. 2º da Lei nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999, passa a vigorar com a seguinte redação:

> "Art. 2º O órgão federal responsável pela vigilância sanitária regulamentará, no prazo de cento e oitenta dias, contado a partir de 11 de fevereiro de 1999:" (NR)

Art. 11. Às distribuidoras de medicamentos aplica-se o disposto no art. 15 da Lei nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973.

Art. 12. Os arts. 2º e 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

XII - imposição de mensagem retificadora;

XIII - suspensão de propaganda e publicidade.

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator." (NR)

"Art.10.....

.....

V.....

pena - advertência, proibição de propaganda, suspensão de venda, imposição de mensagem retificadora, suspensão de propaganda e publicidade e multa." (NR)

.....

XVIII - importar ou exportar, expor à venda ou entregar ao consumo produtos de interesse à saúde cujo prazo de validade tenha se expirado, ou apor-lhes novas datas, após expirado o prazo;

.....

XXVIII.....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto, interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para o

funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXIX.....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto; suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXX.....

pena - advertência, apreensão e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto e interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXXI.....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou de fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento; cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXXII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por empresas administradoras de terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas à importação ou exportação, por pessoas física ou jurídica, de matérias-primas ou produtos sob vigilância sanitária:

pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;

XXXV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas a estabelecimentos e às boas práticas de fabricação de matérias-primas e de produtos sob vigilância sanitária:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVI - proceder a mudança de estabelecimento de armazenagem de produto importado sob interdição, sem autorização do órgão sanitário competente:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVII - proceder a comercialização de produto importado sob interdição:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVIII - deixar de garantir, em estabelecimentos destinados à armazenagem e/ou distribuição de produtos sob vigilância sanitária, a manutenção dos padrões de identidade e qualidade de produtos importados sob interdição ou aguardando inspeção física:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXIX - interromper, suspender ou reduzir, sem justa causa, a produção ou distribuição de medicamentos de tarja vermelha, de uso continuado ou essencial à saúde do indivíduo, ou de tarja preta, provocando o desabastecimento do mercado:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;
XL - deixar de comunicar ao órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde a interrupção, suspensão ou redução da fabricação ou da distribuição dos medicamentos referidos no inciso XXXIX:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;
XLI - descumprir normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais

alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículo terrestres:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa.

.....

" (NR)

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art . 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

DECRETO Nº 3.510, DE 16 DE JUNHO DE 2000

Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre a *padronização, a classificação, o registro, a* inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no exercício do cargo de PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994,

DECRETA:

Art 1º O Regimento aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.8º.....

.....

2º O xarope e o preparado sólido para refresco, que não atender ao ***caput*** deste artigo, será denominado "artificial".

§ 3º A bebida a que se refere o parágrafo anterior terá sua denominação seguida da palavra "artificial" e da expressão "sabor de ...", acrescida do nome da matéria-prima substituída, declarada de forma legível e visível e em dimensões gráficas mínimas correspondendo à metade da maior letra do maior termo gráfico usado para os demais dizeres, excetuando-se a marca.

.....

."(NR)

"Art. 10. As bebidas serão classificadas em bebida não alcoólica e bebida alcoólica.

§ 1º Bebida não alcoólica é a bebida com graduação alcoólica até meio por cento em volume, a vinte graus Celsius.

§ 2º Bebida alcoólica é a bebida com graduação alcoólica acima de meio e até cinquenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius.

§ 3º Para efeito deste Regimento a graduação alcoólica de uma bebida será expressa em porcentagem de volume de álcool etílico, à temperatura de vinte graus Celsius." (NR)

"Art.19.....

.....

7º O lote ou partida e o prazo de validade poderão ser informados, de forma legível e visível, em qualquer parte externa do recipiente da bebida, inclusive na parte plana da cápsula ou outro material empregado na vedação do recipiente, exceto na parte rugosa da cápsula de vedação.

.....

" (NR)

"Art. 21. Na rotulagem de bebida dietética, deverá constar a expressão "Bebida Dietética" e na rotulagem de bebida de baixa caloria, a expressão "Bebida de Baixa Caloria", em tipos não inferiores a um quinto do tipo de letra de maior tamanho e da mesma cor da marca, além dos dizeres obrigatórios estabelecidos neste Regulamento.

.....

2º Quando houver adição de aspartame, deverá constar na rotulagem a expressão "contém fenilalanina".

.....

."(NR)

"Art.27.....

Parágrafo único. Quando houver adição de aspartame, deverá constar na rotulagem a expressão "contém fenilalanina". (NR)

"Art.28.....

.....

8º O veículo e o recipiente a serem usados no transporte de matéria-prima a granel deverão atender aos requisitos técnicos destinado a impedir a alteração e a contaminação do produto." (NR)

"Art.30.....

Parágrafo único. O veículo e o recipiente a serem usados no transporte de bebida a granel deverão atender aos requisitos técnicos destinados a impedir a alteração e a contaminação do produto." (NR)

"Art.33.....

1º Para os efeitos deste artigo, será obrigatória a apresentação dos Certificados de Origem e de Análise, expedidos por organismo oficial ou credenciado por órgão governamental do país de origem da bebida estrangeira, além da análise de controle, por amostragem, pelo Ministério da Agricultura e do Abastecimento.

§ 2º A análise de controle referida no parágrafo anterior não se aplica às bebidas oriundas de países nos quais o Brasil mantém reconhecimento de equivalência dos serviços de inspeção, ressalvados os casos que possam comprometer a integridade e a qualidade do produto e a saúde do consumidor." (NR)

"Art.40.....

.....

III - ao suco poderá ser adicionado açúcar na quantidade máxima fixada para cada tipo de suco, através de ato administrativo, observado o percentual máximo de dez por cento, calculado em gramas de açúcar por cem gramas de suco.

.....

6º Suco tropical é o produto obtido pela dissolução, em água potável, da polpa de fruta polposa de origem tropical, não fermentado, de cor, aroma sabor característicos da fruta, através de processo tecnológico adequado, submetido a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento de consumo.

§ 7º Os teores de polpa e as frutas utilizadas na elaboração do suco tropical serão fixados em ato administrativo do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, devendo ser superiores aos estabelecidos para o néctar da respectiva fruta.

§ 8º Poderá ser declarado no rótulo a expressão "suco pronto para beber", ou expressões semelhantes, quando ao suco tropical for adicionado açúcar." (NR)

"Art. 44. Refresco ou bebida de fruta ou de vegetal é a bebida não gaseificada, não fermentada, obtida pela diluição, em água potável,

do suco de fruta, polpa ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar.

.....

8º O refresco ou a bebida de fruta que não contiver açúcar deverá mencionar no rótulo, em caracteres visíveis e legíveis, a expressão "sem açúcar". (NR)

"Art.46.....

Parágrafo único. Soda aromatizada é a água potável gaseificada com dióxido de carbono, com pressão superior a duas atmosferas, a vinte graus Celsius, devendo ser adicionada de aromatizantes naturais e podendo ser adicionada de sais." (NR)

"Art. 49. Preparado líquido o concentrado líquido para refresco é o produto que contiver suco, polpa ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar, adicionado de água potável para o seu consumo.

.....

4º O preparado líquido ou concentrado líquido para refresco que não contiver açúcar deverá mencionar no rótulo, em caracteres visíveis e legíveis, a expressão "sem açúcar". (NR)

"Art. 50. O preparado líquido ou concentrado líquido para refrigerante é o produto que contiver suco ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar, adicionado de água potável gaseificada para o seu consumo.

.....

3º O preparado líquido ou concentrado líquido para refrigerante que não contiver açúcar deverá mencionar no rótulo, em caracteres visíveis e legíveis, a expressão "sem açúcar". (NR)

"Art. 51. Preparado líquido para mistura em bebidas é o produto à base de sucos, extratos vegetais ou aromas, isolados ou em conjunto e água potável, podendo ser adicionado de açúcares e aditivos previstos em atos administrativos."(NR)

"Art. 52. Preparado sólido para mistura em bebidas é o produto à base de sucos, extratos vegetais ou aromas, isolados ou em conjunto, podendo ser adicionado de açúcares e aditivos previstos em atos administrativos."(NR)

"Art. 62. Para fins deste Regulamento, entende-se como bebida dietética e bebida de baixa caloria a bebida não alcoólica e hipocalórica, devendo ter o conteúdo de açúcares, adicionado normalmente na bebida convencional, inteiramente substituído por edulcorante hipocalórico ou não calórico, naturais ou artificiais." (NR)

Parágrafo único. Os padrões de identidade e qualidade para as bebidas dietéticas e para as bebidas de baixa caloria serão fixados pelo Ministério da Agricultura e do Abastecimento, em consonância com as normas de competência do Ministério da Saúde." (NR)

"Art.73.....

1º A sidra poderá ser gaseificada, sendo proibida a denominação sidra-champanha ou expressão semelhante.
§ 2º A sidra poderá ser desalcoolizada através de processo tecnológico físico adequado." (NR)
"Art. 81. Bebida alcoólica mista ou coquetel (***cocktail***) é a bebida com graduação alcoólica de meio a cinquenta e quatro por cento em volume, e vinte graus Celsius, obtida pela mistura de uma ou mais bebidas alcoólicas, ou álcool etílico potável de origem agrícola, ou destilados alcoólicos simples com outras bebidas não alcoólicas, ou sucos de frutas, ou frutas maceradas, ou xarope de frutas, ou outras substâncias de origem vegetal ou animal, ou de ambas, permitidas em ato administrativo próprio." (NR)

.....

5º Preparado líquido alcoólico para mistura em bebidas é o produto obtido de sucos, extratos vegetais ou aromas, isolados ou em conjunto, e água potável, podendo ser adicionado de açúcares e aditivos previstos em atos administrativos." (NR)
"Art.102.....
1º.....
.....
b) " *London dry gin* ", quando gin destilado seco.
....."(NR)
"Art. 112. A inspeção e a fiscalização serão exercidas por Fiscal de Defesa Agropecuária, credenciado pelo órgão central a atividade do Ministério da Agricultura e do Abastecimento:
I - nos estabelecimentos de produção, importação, exportação, preparação, manipulação, beneficiamento, acondicionamento, depósito, distribuição de bebidas, comércio, cooperativas, atacadistas, bem como portos, aeroportos e postos de fronteiras;
....."(NR)
"Art. 119. Para efeito de desembaraço aduaneiro de bebida estrangeira, proceder-se-á à análise de controle no produto por amostragem, adotando-se, em caso de descumprimento das normas nacionais, os procedimentos de que trata o art. 117 deste Regulamento."(NR)
"Art.120.....
1º A perícia de contraprova deverá ser requerida ao órgão fiscalizador no prazo máximo de vinte dias, contados da data do recebimento do resultado da análise condenatória.

.....

5º A perícia de contraprova não excederá o prazo de trinta dias, contados da data do recebimento do requerimento pelo órgão competente, salvo quando condições técnicas supervenientes exigirem a sua prorrogação." (NR)
"Art.129.....
.....

XI - deixar de cumprir o disposto nos §§ 2º e 4º do art. 28 deste Regulamento;

....."(NR)

"Art. 151. Juntada a defesa ou o termo de revelia ao processo, o Chefe do Serviço de Inspeção Vegetal, ou do Serviço de Inspeção Vegetal ou Animal, da Unidade da Federação de jurisdição da ocorrência da infração, terá o prazo máximo de trinta dias para instrui-lo com relatório e proceder o julgamento." (NR)

"Art.155.....

.....

2º A decisão de Segunda Instância será proferida dentro de trinta dias, contados do recebimento do recurso pela autoridade julgadora, sob pena de responsabilidade."(NR)

Art 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art 3º Revoga-se o art. 76 do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997.

Brasília, 16 de junho de 2000; 179º da Independência e 112º da República.
MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA MACIEL
Marcus Vinicius Pratini de Moraes

LEI Nº 8.918, DE 14 DE JULHO DE 1994

Dispõe sobre a Padronização, a Classificação, o Registro, a Inspeção, a Produção e a Fiscalização de Bebidas, Autoriza a Criação da Comissão Intersetorial de Bebidas e dá outras providências.

Art. 1º É estabelecida, em todo o território nacional, a obrigatoriedade do registro, da padronização, da classificação, da inspeção e da fiscalização da produção e do comércio de bebidas.

Parágrafo único. A inspeção e a fiscalização de que trata esta Lei incidirão sobre:

I - Inspeção:

a) equipamentos e instalações,sob os aspectos higiênicos, sanitários e técnicos;

b) embalagens, matérias-primas e demais substâncias, sob os aspectos higiênicos, sanitários e qualitativos;

II - Fiscalização:

a) estabelecimentos que se dediquem à industrialização, à exportação e importação dos produtos objeto desta Lei;

b) portos, aeroportos e postos de fronteiras;

c) transporte, armazenagem, depósito, cooperativa e casa atacadista; e

d) quaisquer outros locais previstos na regulamentação desta Lei.

Art. 2º O registro, a padronização, a classificação, e, ainda, a inspeção e a fiscalização da produção e do comércio de bebidas, em relação aos seus aspectos tecnológicos, competem ao Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.315, DE 2004

(Do Sr. João Castelo)

Obriga a inclusão, nas peças publicitárias de bares ou eventos que incentivem o consumo de bebidas alcóolicas, de advertências sobre os riscos e possíveis conseqüências por dirigir alcoolizado.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É obrigatória a inclusão, nas peças publicitárias de bares ou eventos que incentivem o consumo de bebidas alcóolicas, de advertências, enfatizando, dentre outras informações relevantes:

I - os riscos físicos, morais e patrimoniais para o condutor que dirigir alcoolizado, para os passageiros que estiver conduzindo e para terceiros, transeuntes ou não;

II - as possíveis conseqüências jurídicas, inclusive a eventual tipificação de crime doloso, bem como financeiras, de responsabilidade do condutor.

Parágrafo único. As advertências mencionadas no *caput* serão definidas, pelo Poder Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias contados da publicação oficial da presente lei.

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

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição visa a estender, aos consumidores de bebidas alcóolicas, os benefícios da legislação quase análoga que obriga a que os fabricantes de cigarros façam constar, nos maços respectivos, mensagens de alerta sobre o mal que o derivado do tabaco pode causar à saúde.

No caso, o prejuízo à saúde é, principalmente, em termos das conseqüências que o consumo excessivo pode acarretar no trânsito. Como se sabe, parte muito significativa dos acidentes de automóveis decorrem da direção imprudente, quando o motorista se encontra alcoolizado e não tem perfeito controle do volante.

Além disso, para ser efetiva a disposição legal, mais que inserir dizeres nos rótulos das garrafas, o que se vislumbra é a necessidade de que os alertas sobre os riscos e conseqüências de dirigir alcoolizado sejam evidenciados nas propagandas e peças de divulgação, escrita ou falada, dos locais onde se estará incentivando o consumo de álcool.

Como se trata de iniciativa que, imaginamos, é de alto valor e alcance social, contamos com a aprovação de nossos nobres Pares ao Projeto de Lei ora submetido a esta Casa Parlamentar.

Sala das Sessões, em 6 de abril de 2004.

Deputado João Castelo

PROJETO DE LEI N.º 3.321, DE 2004

(Do Sr. Jefferson Campos)

Obriga os fabricantes de bebidas alcoólicas a informar os males causados pelo consumo nas embalagens dos produtos.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga os fabricantes de bebidas alcoólicas a informar os males causados pelo consumo nas embalagens dos produtos que comercializam.

Art. 2º Ficam os fabricantes de bebidas alcoólicas, em todas as suas modalidades, obrigados a inserir rótulo com informações sobre os males causados pelo consumo do álcool.

Parágrafo único. Os importadores de bebidas alcoólicas equiparam-se aos fabricantes nacionais para os efeitos de que trata esta lei.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O problemas causados pelo consumo de álcool são conhecidos de todos nós, bem como o drama por que passam milhares de famílias quando tem em seu seio uma pessoa dependente do consumo deste tipo de bebida que é a "droga" legalizada e socialmente aceita.

É claro que não esperamos que a inserção de um simples rótulo vá eliminar o problema do alcoolismo. No entanto, acreditamos piamente que a informação e a educação são grandes aliados no combate ao problema e, principalmente, na prevenção do mesmo.

Dessa forma, cremos que um aviso de alerta claro e ostensivo irá colaborar em muito para tomada de consciência dos que já são consumidores do produto e servirá de anteparo para aqueles, sobretudo os jovens, que utilizam o produto "socialmente".

Assim, pedimos apoio dos nobres pares para aprovação desta importante proposição para toda sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em 6 de abril de 2004.

Deputado Jefferson Campos

PROJETO DE LEI N.º 3.474, DE 2004

(Do Sr. Chico da Princesa)

Proíbe a fabricação, importação e comercialização de cigarros no Brasil

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º Esta lei proíbe a fabricação, importação e comercialização de cigarros no Brasil.

Art 2º Fica proibida a fabricação, importação e comercialização de cigarros em todo território nacional.

Art 3º A fabricação, importação e comercialização de cigarros sujeita o infrator as seguintes penalidades:

I- multa de R$ 10.000, 00 (dez mil reais);

II- multa de R$ 100.000, 00 (cem mil reais) na primeira reincidência;

III- suspensão do alvará de funcionamento por seis meses, na segunda reincidência.

IV- Cassação do alvará de funcionamento, na terceira reincidência.

Art 4º O poder executivo regulamentará esta lei em 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

Art 5º Esta lei entra em vigor 120 (cento e vinte) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Todos somos conhecedores dos males causados pelo consumo de tabaco, sobretudo o cigarro, para a saúde do ser humano. Doenças as mais diversas se originam no uso continuado deste produto. Nos países do primeiro mundo, sobretudo nos Estados Unidos da América, as empresas produtoras de cigarros pagam milhões de dólares em indenizações, indicando claramente que já é reconhecida na justiça do país tecnologicamente mais evoluído do mundo os problemas irreversíveis que o cigarro causa à saúde humana.

O pior é que não somente os fumantes são atingidos pelo problema, até mesmo os não fumantes são vítimas, pois ao estarem no mesmo ambiente do fumante passam a respirar a fumaça resultante da queima do tabaco e a inspirar mesmo sem querer, são os fumantes passivos.

Poderíamos escrever por horas sobre os males que o tabaco, especialmente o cigarro, causam a milhares de vítimas que se enredam no vício, mas acreditamos na consciência dos nobres pares para nos apoiar nesta empreitada de cortar pela raiz este profundo mal da sociedade que é o consumo de cigarros.

Sala das Sessões, em 5 de maio de 2004

DEPUTADO CHICO DA PRINCESA

PROJETO DE LEI N.º 3.529, DE 2004

(Do Sr. Leônidas Cristino)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de mensagens de advertência em garrafas de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É obrigatória a inscrição da mensagem "SE BEBER NÃO DIRIJA", nos rótulos das garrafas de bebidas alcoólicas.

Parágrafo único. A inscrição deverá estar localizada no rótulo principal, ou atrás deste, na parte posterior da garrafa, e impressa em caracteres de tamanho destacado.

Art. 2º - O Poder Executivo regulamentará esta Lei em noventa dias.

Art. 3º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Segundo a Associação Brasileira de Medicina do Tráfego, ocorrem no Brasil, anualmente, cerca de 1.000.000 (um milhão) de acidentes automobilísticos, nos quais, aproximadamente 50.000 (cinqüenta mil) pessoas morrem e 300.000 (trezentos mil) ficam feridas, algumas com seqüelas permanentes.

Apesar de alarmantes, esses números talvez não expressem a realidade, que pode ser ainda mais cruel. Devido ao grande número de acidentes não registrados, é possível que os números sejam mais expressivos.

Já foram realizados estudos, no País, que concluem que, na maior parte das vezes, a responsabilidade pelo acidente é do condutor, sendo que não é desprezível o número de vezes em que o responsável está alcoolizado. Nas noites de sexta-feira, quando se inicia o fim de semana, o número de acidentes de trânsito começa a aumentar, chegando mesmo a triplicar, ao fim de três dias. Este é justamente o período em que o consumo de bebidas alcoólicas aumenta.

O hábito de beber e dirigir é tão aceito pela nossa cultura que nunca causa estranheza o cidadão conduzir seu veículo após uns drinques e ainda é incentivado pelos anfitriões, companheiros e amigos que sempre insistem em "mais um copo", antes de deixá-lo sair, como um sinal de hospitalidade e simpatia.

A legislação de trânsito em vigor permite a ingestão de até 0,8 decigramas de álcool, por litro de sangue, no motorista. No entanto, poucas vezes é verificado se o causador do acidente ou atropelamento estava alcoolizado no momento do evento. O teste para verificação do nível de alcoolemia do condutor, raramente, é realizado, o que justifica a baixa representatividade relativa nas estatísticas de acidentes provocados por motoristas embriagados. Quando não forem do flagrante, somente são detidos para a verificação do estado de alcoolemia, os motoristas que escapam ilesos dos acidentes. Os demais encontram nos hospitais um refúgio, pois os atendimentos de emergência terminam por prevalecer sobre qualquer outro tipo de procedimento.

Estudos de medicina afirmam que mesmo pequenas doses de álcool no organismo provocam a diminuição dos reflexos e do tempo de reação a sinais luminosos, menor rendimento do trabalho muscular e da coordenação motora. Além disso, ficam prejudicadas a atenção, a memorização, o cálculo e há, perigosamente, o aumento da confiança em si próprio, em um momento em que a eficiência do indivíduo está comprometida. Isso faz com que o sujeito embriagado tenha um comportamento mais audaz e imprudente por se achar mentalmente lúcido e mais confiante de suas habilidades.

A incompatibilidade entre o álcool e a direção é evidente. O desestímulo a sua combinação poderia evitar inúmeras dores aos brasileiros, poupando vidas, principalmente, de jovens e tirar o País do desenroso destaque entre as nações de trânsito mais violento.

Acreditamos, que determinados hábitos de um povo podem ser modificados através de campanhas, de fiscalização eficiente e punição rigorosa. O papel de educador, no caso, cabe, principalmente, ao Poder Público, que tem a obrigação de alertar os consumidores sobre o perigo de se dirigir em caso de ingestão de bebidas alcoólicas.

O Projeto de Lei, que ora propomos, determina a adoção de uma medida simples que não provoca despesa para o Governo. A obrigatoriedade do fabricante de bebidas alcoólicas em advertir, na embalagem do seu produto, que o consumidor não deve dirigir se beber, seguiria a mesma orientação das mensagens sobre o mal que o fumo pode causar à saúde, contidas nas embalagens de cigarro.

Dessa forma, contamos com o apoio dos nobres colegas à proposição que ora encaminhamos.

Sala das Sessões, em 12 de maio de 2004
Deputado LEÔNIDAS CRISTINO

PROJETO DE LEI N.º 3.682, DE 2004

(Do Sr. Aracely de Paula)

Altera a Lei nº 9.294, de 1996, acrescentado-lhe dispositivo que proíbe a venda de cigarros e similares em estabelecimentos situados em locais onde são proibidos o uso dos mesmos.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei altera a Lei nº 9.294, 1.996, acrescentando dispositivo que proíbe a venda de cigarros e similares em estabelecimentos situados em locais onde são proibidos o uso dos mesmos.

Art. 2º O inciso VIII do art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 15 de setembro de 1.996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art.3º-A.....

.....

VIII – "nos locais onde seja proibido o uso de quaisquer produtos fumígeros, conforme o disposto no artigo 2º desta lei, fica proibida a comercialização dos mesmos. (NR)".

Art. 3° Esta lei entra em vigor 30 (trinta) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os malefícios do cigarro e seus similares têm sido objeto de uma crescente mobilização da sociedade através de órgãos governamentais e não – governamentais. Campanhas intensivas de cunho científico e farta divulgação através da mídia têm alertado constantemente a população brasileira para os males irreparáveis do tabagismo.

Certamente essa mobilzação se faz alicerçada na comprovação de índices científicos que demonstram que o uso do cigarro é uma das maiores causas da degradação da saúde da pessoa humana e a prejudica desde o seu nascimento e a acompanha em todas as etapas de modo degenerativo, precipitando-lhe prematuramente à morte.

O legislador refletindo esse sentimento transforma em lei restrições que impedem ou dificultam o uso indiscriminado do cigarro.

A lei é boa, é firme e pretende se transformar no escudo legal desta luta que visa preservar não apenas o usuário, mas todos aqueles que de uma forma ou outra convivem ou até possam dividir o mesmo espaço ou lugar.

As medidas inibidoras são cada vez mais criativas e abrangentes.

Considerando que aqueles que de uma forma ou de outra possam usufruir qualquer lucro ou vantagem com a comercialização e a disseminação do tabagismo, estes não contestam nem discutem o mérito e a verdade desta luta declarada contra o cigarro, nos leva à certeza de que esta acomodação é um atestado evidente de que até eles concordam e aceitam os argumentos que fulminam a prática do tabagismo.

Inúmeros são os argumentos que poderiam ser elencados em favor desta politização social e cruzada cívica em favor da saúde, do justo rigor dos diplomas e regulamentos que vão inibindo esta prática tão nociva, não apenas às pessoas, como ao próprio ambiente em que elas vivem.

Acreditamos que diante dessas verdades irrefutáveis e não contestadas o melhor seria extirpar o mal pela raiz, ou seja, proibir definitivamente a fabricação e a comercialização do cigarro e seus derivados como de resto já se faz com outros tipos de drogas que causam dependência e a infelicitam o meio social.

Entendemos que a ação de governo refletindo essa justa repulsa social poderia ter chegado à medida extrema da proibição, uma vez que, razão, moral nem amparo legal lhe faltam.

A Câmara dos Deputados, poder legiferante que é por direito e conceito doutrinário, representante do povo, engajando-se nesta campanha toma medidas administrativas que sem dúvida terão ressonância pelo país e podem servir de exemplo para diversos setores sociais.

Finalmente, acreditamos que quem pode o mais pode o menos. Se não se quer proibir a produção do cigarro que se discipline pelo menos de maneira rigorosa a sua distribuição e o seu acesso à população.

Acreditamos que neste momento, uma medida de ordem legal, impositiva possa externar o pensamento do legislador.

Se é vedado fumar em determinados locais e esses espaços vão se multiplicando num verdadeiro cerco ao tabagismo, a contribuição desse projeto é no sentido de se proibir definitivamente a venda e a comercialização em todos aqueles locais onde a própria inteligência social entende ser proibida a prática do tabagismo.

Proibir, vender cigarros em aeroportos, shoppings, restaurantes, lanchonetes de hospitais, órgãos públicos, etc... será no mínimo demonstrar que estamos mudando do conceito para a prática, do subjetivo para uma ação concreta.

Sala das Sessões, em 01 de junho de 2004.

Deputado Aracely de Paula

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 Fumígeros, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

.....

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

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

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

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*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.919, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

"Estabelece condições para a circulação e comercialização de bebidas alcoólica e dá outras providências."

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas colocadas no mercado de consumo, farão constar de maneira ostensiva, adequada, clara e precisa nas embalagens dos referidos produtos, as expressões:

I – "PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 ANOS";

II – "O USO IMODERADO DESTA SUBSTÂNCIA CAUSA DIVERSOS MALES À SUA SAÚDE".

§ 1º - Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito desta lei, no que tange ao inciso II, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 5 (cinco) graus Gay Lussac.

§ 2º - Ficam proibidas a circulação para a distribuição interna e a comercialização de produtos cujos rótulos ou embalagens não estejam de acordo com o disposto neste artigo.

Art. 2º - Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas adequarão as embalagens dos seus produtos ao exigido nesta lei no prazo de cento e oitenta dias a contar da data de sua publicação.

Art. 3º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O projeto de lei que submeto para apreciação de Vossas Excelências, tem como escopo, estabelecer condições aos fabricantes e distribuidores para circulação e comercialização, no mercado de consumo, de bebidas que contenham substâncias etílicas, bem como proteger os consumidores de tais substâncias.

Para tanto, à luz dos Arts. 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal, ambos regulamentados pela Lei Federal nº 8.078/90, que dispõe sobre a proteção do consumidor de bens e serviços e dá outras providências, busco disciplinar especificando a supra-referida Lei Federal, a distribuição e comercialização de bebidas para o consumo humano.

Desta forma, o duplo efeito procurado pelo presente projeto de lei é chamar a atenção, de forma geral, da comunidade sobre os males causados à saúde pelo uso imoderado de bebidas alcoólicas, e, de forma específica, dos menores de idade que são proibidos de consumirem tais substâncias.

Em nível pessoal-individual, o álcool causa dependências físicas e psicológicas, o que, com o passar do tempo, deteriora diversos órgãos do corpo, prejudicando suas respectivas funções. Além disso, a dependência enseja incontáveis problemas familiares, instigando a violência doméstica.

Em nível social, os males são ainda mais patentes, na medida em que, do total de mortes ocorridas com violência e periciadas no IML, grande porcentagem dos laudos necropsiais constam à existência de substâncias etílicas no cadáver. É público e notório que, dos acidentes ocorridos em nossas vias públicas, grande parte deles deve-se ao uso imoderado e inadequado de álcool, vitimando, além de suas próprias vidas, de outro inocentes que não contribuíram para o acidente.

Diante do aqui exposto, e do grande alcance social da presente proposição solicito o apoio dos nobres Pares, para aprovação da presente medida.

Sala das Sessões, em 7 de julho de 2004.

Deputado CARLOS NADER
PFL-RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
da
República Federativa do Brasil
1988

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art.5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

.....

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

.....

TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

**Inciso VI com redação dada pela Emenda Constitucional nº 42 de 19 de dezembro de 2003*

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

** Inciso IX com redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 15/08/1995*

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos artigos 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.112, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

Proíbe a Ingestão de bebidas alcoólicas nos postos de gasolina localizados nas áreas urbanas.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Fica proibida a ingestão de bebidas alcoólicas em postos de combustíveis e serviços, bem como em suas lojas de conveniência, localizados nas áreas urbanas.

Art. 2º - O estabelecimento que descumprir esta lei estará sujeito a multa de 2.500 (dois mil e quinhentas) Unidades Fiscais de Referencia – UFIR's, que será aplicada em dobro no caso de reincidência.

Art. 3º - Os valores arrecadados com as multas serão destinados a programas de redução de violência no trânsito.

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

Art. 5º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Nossa sociedade é rígida quando se fala em drogas ilícitas, mas complacente em relação às lícitas, como o álcool. O nível de controle das autoridades quanto ao consumo de bebidas é bem menor.

Direção e bebida não combinam. Geralmente quando alguém pára em um posto de gasolina, onde estão localizadas as lojas de conveniência, está dirigindo, e estas lojas acabam se tornando um forte atrativo para a ingestão de bebidas alcoólicas.

A presente proposição visa, portanto, combater o consumo de bebidas alcoólicas nas dependências do posto de gasolina, principalmente, por jovens, pois tornou-se uma prática comum de nossa juventude parar nos postos de combustíveis para consumir bebidas alcoólicas, principalmente cerveja.

Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres colegas para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em 08 de setembro de 2004.

Deputado Carlos Nader

PL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 4.391, DE 2004

(Do Sr. Enio Bacci)

Disciplina a comunicação publicitária, mercadológica e/ou institucional de bebidas alcoólicas, advertindo que "O ÁLCOOL EM EXCESSO FAZ MAL À SAÚDE E PODE LEVAR À DEPENDÊNCIA.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º As empresas produtoras de bebidas alcoólicas ficam obrigadas a inserir em toda sua comunicação publicitária, mercadológica e/ou institucional a advertência: "O ÁLCOOL EM EXCESSO FAZ À SAÚDE E PODE LEVAR À DEPENDÊNCIA", na forma definida nesta lei.

Art. 2º - Observar-se-á o disposto no artigo 1º desta, em mensagens publicitárias realizadas por meio de televisão, cinema, "vídeo tape", filmete, rádio, impressos em geral, painéis, letreiros, display broadside", móbile, bandeirolas, decalcomania, adesivos, "outdoor", assim como outras peças promocionais como materiais de ponto de venda, relógios públicos, painéis eletrônicos, mensagens de aeroporto, cabines telefônicas e demais.

§ 1º Na publicidade impressa deverá ser atendido as seguintes condições:

I – A mensagem de advertência do artigo 1º, deverá ser colocada de forma legível, em cores contrastantes e escritas em branco com fundo preto, ou vice-versa. A mensagem deverá ser circundada por uma faixa de cor branca ou preta, contrastante, com espessura mínima de 1 (um) milímetro.

II – A advertência terá tamanho correspondente a no mínimo 10% da mancha gráfica total do anúncio, não podendo ser inferior a 4,5 cm por 1,5 cm;

III - A colocação da advertência deverá ser no sentido normal de leitura, ou seja, paralelamente, da esquerda para direita.

§ 2º Na publicidade em meios eletrônicos, deverá ser atendido as seguintes condições:

I – Nas mensagens publicitárias de rádio a leitura da advertência deverá ser feita, imediatamente, após o "spot ou jingle", com duração mínima de 10% do tempo total da mensagem, não podendo ser inferior a 3 (três) segundos com locução diferenciada e plenamente audível;

II – Nas mensagens de televisão, "Vídeo tape" e cinema, deverá ser obedecidos os seguintes critérios:

A) O texto de advertência previsto no artigo 1°, será exibido em cartela única, com letras contrastantes e maiúsculas, assegurada a perfeita visibilidade e permanência imóvel no vídeo;

b) A cartela obedecerá ao gabarito RTV de filmagem reconhecida pela FENAPRO e/ou pela ABA e ABAP, no tamanho padrão de 36,5 cm por 27 cm (trinta e seis e meio por vinte e sete centímetros);

c) As letras na cartela serão de "corpo 38" e padrão "Univers medium", conforme reconhecidos por catálogos da FENAPRO, e/ou ABA e ABAP;

d) Os filmes ou "tapes" de bebidas alcoólicas, em seus comerciais de publicidade, deverão encerrar sempre com a exibição da cartela acima referida, permanecendo imóvel no vídeo por no mínimo 4 (quatro)segundos.

§ 3° Nas propagandas indiretas e institucionais, com somente o nome da marca ou empresa a advertência impressa seguirá disposto no art. 2° § 1°.

Art. 3° - Não poderão através de qualquer programa de entrevistas, jornalísticos, ou outros transmitidos ao vivo pelo rádio ou televisão, sugerir o consumo exagerado do álcool, assim como induzir ou associá-lo com o bem estar ou saúde.

Parágrafo Único – É vedada na produção de imagens ou sons, a participação de crianças ou adolescentes, bem como a elas dirigir-se.

Art. 4° - A Inobservância deste, configura infração de natureza sanitária, capitulada na Lei n.° 6.437 de 20 de agosto de 1977, sujeito o infrator as penalidades previstas, que vão desde advertência proibição de propaganda e/ou suspensão de venda, sem prejuízo as demais cominações legais pertinentes.

Art. 5° - Entra em vigor no prazo de 90 dias após sua publicação.

Art. 6° - Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, 10 de novembro de 2004

Deputado ENIO BACCI

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE

Configura Infrações à Legislação Sanitária Federal, Estabelece as Sanções Respectivas, e dá outras Providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.549, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre a impressão de aviso nos rótulos das bebidas alcoólicas alertando sobre os riscos de seu consumo durante a gravidez e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Todos os rótulos de bebidas alcoólicas comercializadas em território nacional, deverão conter o seguinte alerta contra os riscos de seu consumo durante a gravidez: **"O ÁLCOOL É PREJUDICIAL DURANTE A GRAVIDEZ".**

Parágrafo único – O cumprimento da disposição do *caput* deste artigo independe do seu teor alcoólico.

Art. 2º - No caso de descumprimento do disposto nesta Lei serão aplicadas as seguintes penalidades ao fabricante ou seu representante:

Parágrafo único. Multa de 2.000 UFIR'S, ou outra unidade que venha a substituí-la, duplicada em caso de reincidência;

Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O abuso ou consumo de álcool pela gestante a submete ao mesmo índice de risco que o álcool tem na população em geral. No entanto, representa riscos graves e únicos ao feto e está associado à síndrome alcoólica fetal.

A incidência da síndrome alcoólica fetal varia entre 1 em cada 1.500 e 1 em cada 600 nascimentos de bebês vivos. Esta ampla variação está relacionada às diferenças nas práticas de consumo. Uma gestante que bebe qualquer quantia de álcool está correndo risco, uma vez que um nível "seguro" de consumo de álcool durante a gestação não foi estabelecido. No entanto, quanto maiores as quantidades, maiores parecem ser os riscos. Defeitos múltiplos ao nascimento associados à síndrome alcoólica fetal "clássica" estão associados com mais freqüência ao consumo excessivo de álcool ou ao alcoolismo.

A Síndrome Alcoólica Fetal foi descrita pela primeira vez em 1968 na França, pelo Dr. Lemoine e seus colaboradores, tendo sido desde então alvo da atenção de pesquisas em todo mundo, em razão da Sindrome Alcoólica Fetal ser a principal causa de retardo mental entre nascituros,

pela sua prevalência média de 1 a 2 infantes em cada 1.000 nascidos vivos e por atingir de forma indiscriminada todos os níveis sócio-econômicos e étnicos.

Esta proposição tem por intuito a proteção dos nascituros, da crescente ameaça da Síndrome Alcoólica Fetal.

Pelo exposto, com o objetivo de enfrentar essa terrível enfermidade, através da prevenção, peço seu inestimável apoio à aprovação dessa matéria.

Sala das Sessões, em 02 de dezembro de 2004.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ.

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal – Brasília – DF

(OS:10736/2005)

PROJETO DE LEI N.º 3.080, DE 2004

(Do Sr. Eduardo Paes)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de constar nas embalagens de cigarro, a data de fabricação e validade

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-1945/2003.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É obrigatória a inserção das datas de fabricação e de validade, nas embalagens de cigarros ou de qualquer objeto para acondicionamento de produtos fumígenos (cigarro, cigarrilha, fumo de rolo, etc), como caixas, pacotes, maços, carteiras ou latas, destinadas ao consumidor final.

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumidor tem direito de saber a qualidade do produto que está consumindo, especialmente quando se trata de item tão controvertido e de ampla participação no mercado, o que justifica plenamente a presente iniciativa, que esperamos ver aprovada pelos ilustres colegas Deputados. Não é porque o cigarro já faz mal à saúde, que não tenha que obedecer às normas dos demais produtos perecíveis, sob pena de causar ainda mais danos à saúde do consumidor.

Sala da Sessões, em 9 de março de 2004

Deputado **Eduardo Paes**
PSDB/RJ

PROJETO DE LEI N.º 4.407, DE 2004

(Do Sr. Enio Bacci)

Proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão da imprensa e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-3089/2000

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. É proibido toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

Art. 2º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Este projeto visa proibir incentivo ao consumo de tabaco e evitar doenças e até mesmo mortes prematuras relacionadas à dependência do cigarro, sem contar nos altos custos que a Saúde Pública precisa destinar a estas doenças, que evitadas, poderiam ser direcionados a outras necessidade primordiais dos hospitais.

Sala das Sessões, em 11 de novembro de 2004.

Deputado ENIO BACCI
PDT/RS

PROJETO DE LEI N.º 4.721, DE 2004

(Do Sr. Lupércio Ramos)

Proíbe a industrialização, a venda e a comercialização de cigarros, cigarrilhas, charutos e outros produtos que usem fumo tratado com agrotóxico, defensivos agrícolas, pesticidas e venenos químicos (organofosforados).

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-3474/2004

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art.1° Fica proibido a industrialização, a venda e a comercialização em todo Território Nacional de cigarros, cigarrilhas, charutos e outros produtos industrializados que durante o processo de produção utilizem fumo tratado com agrotóxicos, defensivos agrícolas, pesticidas, venenos químicos, bem como qualquer substância que possa afetar a saúde dos consumidores conforme recomendação do Ministério da Saúde.

Art. 2° A venda, exposição e depósito de produtos derivados de fumo proibidos por esta lei estarão sujeitas à multas e penalidades regulamentadas pelos órgãos responsáveis.

Art. 3° Esta lei entrará em vigor no ato da sua publicação.

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Envolvendo toda a família do agricultor, a cultura do fumo repete-se, como num ritual, ano após ano. No mês de abril usam-se fertilizantes (não isentos de toxides), na preparação do plantio. Nos meses de maio a junho, inicia-se o preparo da sementeira com o uso de Brometo de Methila para a esterilização do solo. "O Brometo de Methila" foi banido da agricultura do mundo pois possui e gera polibromadas dioxinas, além de destruir a camada de ozônio. Usam-se também herbicidas, inseticidas e aplicam-se fungicidas de contato ou sistêmico, de cinco a seis vezes.

De outubro a dezembro temos a fase com uso mais intenso de agrotóxicos, principalmente organofosforados, assim como carbamatos. O fumicultor normalmente não

utiliza equipamentos de proteção individual, alegando ser muito caro e incômodo para a aplicação do agrotóxico. Isto leva a contaminação.

Um fato tem chamada a atenção de profissionais de diversas áreas. É a percepção de que é muito grande a prevalência de problemas de saúde mental e de suicídios entre agricultores. Exemplo disso é o índice de suicídios alarmantes que ocorre na cidade de Venâncio Aires(RS), que é um dos mais altos do mundo. O agrotóxico **organofosforado** no cultivo do tabaco é apontado como responsável, pois os resíduos são absorvidos através da respiração, pele e cabelos, sendo conhecido o fato desses agrotóxicos poderem causar síndromes cerebrais orgânicas ou doenças mentais de origem não psicológica.

Renomados toxicologistas como o Dr. Ângelo Znaga Trpé (Unicamp) Hérman Sandoval (Chile), Gérman Corey (México) e muitos outros, apontam os agrotóxicos **organofosforados** como degenerativos dos Sistema Nervoso Central, porque inibem a produção de acetilcolinesterase do organismo. Estes pesquisadores têm estudado a "neuropsicologia" provocada por esta categoria de agrotóxicos à qual pertencem a grande maioria dos produtos usados no cultivo do fumo.

As doenças relacionadas com o tabagismo são consideradas um dos maiores problemas enfrentados pela saúde pública mundial. Segundo estudos internacionais, estima-se que existam atualmente um bilhão de fumantes no planeta, o que estaria causando 3,5 milhões de mortes por ano, vítimas de doenças causadas pelo hábito de fumar.

No Brasil, existem cerca de 33 milhões de fumantes e morrem anualmente cerca de 100 mil pessoas. Em São Paulo, estima-se existirem oito
milhões de fumantes na faixa entre 15 e 74 anos de idade, sendo que 15 mil pessoas morrem todos os anos devido ao vício.

O fumo isoladamente causa mais mortes que o álcool, acidentes automobilísticos, infeções, agentes tóxicos e AIDS, combinados. O fumo ambiental (fumo passivo) é responsável por 50.000 mortes nos EUA por ano.

O risco de enfisema pulmonar e bronquite crônica é 10 vezes maior nos fumantes. O risco de derrame cerebral é 2-5 vezes maior entre os fumantes.

Os fumantes faltam ao trabalho 6,5 dias a mais por ano . Os fumantes perdem 8% do seu tempo de trabalho com atividades relacionadas ao fumo.

Na Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição, realizada em 1989, em uma amostra de 63 mil domicílios, cobrindo praticamente todo o Brasil, a prevalência do hábito de fumar, na população de 15 anos e mais de idade, foi de 32,6%; ou seja, de cada três adultos, um era fumante. Fumava-se mais no campo que na cidade e os homens mais do que as mulheres. Para cada três fumantes do sexo masculino havia dois do sexo feminino. No entanto, nos mais jovens, abaixo de 30 anos, as mulheres vêm fumando mais, o que tende a diminuir a diferença de freqüência de fumantes entre os dois sexos.

Nosso objetivo com o projeto é proteger o agricultor e as pessoas que são fumantes, violentamente agredidos físico e psicologicamente com os agrotóxicos.

Por todas essas razões pedimos aos nossos nobre colegas parlamentares apoio para a aprovação desta propositura que entendemos como preciosa para a proteção dos nossos agricultores e dos cidadãos brasileiros e estrangeiros que são consumidores dos produtos derivados do fumo.

Sala das sessões, em 23 de dezembro de 2.004.

Deputado **LUPÉRCIO RAMOS-PPS/AM**

PROJETO DE LEI N.º 4.921, DE 2005

(Do Sr. Carlos Nader)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, impondo restrições à utilização de produtos fumígeros em programas e produções exibidos pelas emissoras de televisão e cinemas em todo o Território Nacional, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-4846/1994. ESCLAREÇO, POR OPORTUNO, QUE A MATÉRIA PASSARÁ A TRAMITAR SUJEITA AO REGIME DE PRIORIDADE.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a veiculação, na televisão, de imagens de pessoas utilizando produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco, e incluindo advertência sobre os riscos associados ao tabagismo nas produções cinematográficas em que houver cenas que demonstrem essa prática.

Art. 2º O art. 3º-A da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A.....

.....

X - a exibição de imagens de pessoas fazendo uso dos mesmos em programas televisivos nacionais de caráter artístico, informativo, esportivo, cultural, de entretenimento ou assemelhados, veiculados em qualquer horário, nas emissoras educativas, comerciais, comunitárias, públicas ou privadas, de sinal aberto ou por assinatura.

.....

§ 3° - A proibição mencionada no inciso X do art. 3°-A atinge toda e qualquer obra audiovisual e videofonográfica de produção independente ou não, de curta, média ou longa metragem, seriada ou telefilme, de alcance local, regional ou nacional, além de outras definições previstas na Medida Provisória n° 2.219, de 4 de setembro de 2001.

§ 4° No caso de produções cinematográficas nas quais pessoas estejam fazendo uso de produtos fumígeros, produzidas no País ou no exterior, a emissora de radiodifusão de sons e imagens responsável pela veiculação fica obrigada a inserir, no início e no final da transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo, conforme o estabelecido no § 2° do artigo 3°-C.

§ 5° A exibição pública de produções cinematográficas nas salas destinadas a esse fim ou em quaisquer outros locais que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas também fica condicionada ao disposto no parágrafo anterior."

Art. 3° O art. 9° da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

"Art. 9° .....

VIII – suspensão da programação da emissora de televisão ou da sala de exibição, pelo período que a autoridade indicar ou até que seja feita a reparação ou o esclarecimento quanto ao disposto no inciso X do art. 3°-A e nos § § 3°, 4° e 5° do mesmo artigo."

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

JUSTIFICAÇÃO

Nos últimos anos, o Brasil vem avançando na formulação de políticas anti-tabagismo, acompanhando tendência internacional de combate ao vício que vitima mais de sete milhões de pessoas ao ano em todo o mundo. Em função dos prejuízos causados à saúde, sendo responsável por mais de sete tipos de câncer, o cigarro está sendo banido da publicidade e da mídia eletrônica em vários países. Estados Unidos, Noruega, França, Canadá, Nova Zelândia e Finlândia já tomaram atitudes restritivas à propaganda da droga, com efeito positivo.

No Brasil, a ofensiva contra o fumo também está produzindo resultados concretos. Há nove anos, vigora a principal legislação brasileira contra o fumo. Em 1996, a Lei nº 9.294 limitou a propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão ao horário compreendido entre às 21h e às 6h. Em dezembro de 2000, foi sancionada a Lei 10.167, que proibiu a publicidade no rádio e na TV, restringindo os anúncios a pôsteres, painéis e cartazes na parte interna dos locais de venda.

Entretanto, ao banir a propaganda comercial do cigarro, direta e incisiva, os legisladores acabaram por deixar uma brecha na legislação para outro tipo de "estímulo" ao hábito de fumar, que é a exibição de cenas com cigarro, mesmo sem identificação, em programas nacionais ou estrangeiros dos mais variados tipos, desde filmes e telenovelas até mini séries de alta qualidade.

Ao alçar o cigarro à condição de objeto cenográfico numa produção que chega diariamente à casa de milhões de brasileiros, as emissoras de TV acabam por propagandear, de maneira subliminar, o uso do cigarro ou outros produtos derivados do tabaco. Trata-se de estímulo velado, na medida em que o ator, idolatrado por milhares de telespectadores, empresta seu prestígio ao produto que utiliza em cena, mesmo que não haja uma marca diretamente associada a ele.

É notória a influência que os *mass midia* exercem sobre os indivíduos e os valores estabelecidos pela sociedade, contribuindo para a formação de padrões sociais, comportamentais, éticos e culturais que, muitas vezes, sequer são perceptíveis no cotidiano.

Historicamente, sabemos que a indústria de Hollywood adota a técnica do *marketing* no cinema como forma de publicidade em larga dimensão. Quem não se lembra das cenas em que Humphrey Bogart e Rita Hayworth soltam longas baforadas em produções consagradas. Entre as celebridades modernas adeptas do vício, estão Julia Roberts, no filme "O Casamento do Meu Melhor Amigo", e Clint Eastwood, em "As Pontes de Madison". Apesar do acordo assumido há mais de dez anos pela indústria tabagista nos Estados Unidos para banir as cenas com cigarro, estrelas de Hollywood ainda fumam nos filmes de sucesso e não é diferente no cinema nacional.

Mesmo sem vínculo ou propósitos explicitamente comerciais, sabemos que a composição de um personagem de grande sucesso na TV ou no cinema exerce forte influência sobre a opinião pública, especialmente sobre o público mais jovem. Estudos do Ministério da Saúde demonstram que 90% dos fumantes adquirem o vício antes dos 19 anos, o que leva a comunicação do cigarro a ser majoritariamente dirigida ao público jovem.

Por meio da campanha "Quem financia a baixaria é contra a cidadania", a Câmara dos Deputados já lançou luz ao debate sobre os limites da mídia na seleção e veiculação de seu conteúdo, no sentido de filtrar mensagens que sejam nocivas à sociedade, como o incentivo à essa droga. Os meios de comunicação, por intermédio da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), defendem a auto-regulamentação como forma de coibir os abusos e os excessos da mídia. No entanto, ongs e especialistas da área, entre os quais o próprio Conselho Nacional de Comunicação, órgão consultivo do Poder Legislativo, questionam a adequação do conteúdo veiculado na mídia, no que tange ao estímulo à violência, à apologia ao sexo, à erotização da infância e à apelação excessiva ao consumo ou a hábitos nocivos à saúde.

A questão mercadológica da mídia e seu impacto na formação do conteúdo também envolve o debate sobre o cigarro, uma vez que não são muito claras as relações entre os fabricantes e os veículos de imprensa. No artigo "O globalismo como neobarbárie",[1] Muniz Sodré aponta as razões para o discurso oculto que a cultura neoliberal impõe à sociedade de mercado:

> *"Aliados ao marketing e às mais sofisticadas técnicas de vendas, os meios de comunicação (desde os tradicionais, como jornal, rádio e televisão, até as redes cibernéticas da atualidade) desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia neoliberal de mercado."*

A seguir, Muniz Sodré deixa claro o poder da mídia na padronização de discursos e de comportamentos, criando uma "cultura dos consensos":

> *"Nessas estratégias discursivas, a economia de mercado é traduzida como resultado de uma natureza eterna e imutável do homem e, assim, legitimada com todas as suas distorções junto à consciência do homem comum, pouco afeito à complexidade técnica do processo econômico."*

Assim sendo, corrobora o presente projeto no sentido de desvendar o processo midiático de legitimação de um discurso ou de condutas que atendem a interesses

[1] Por uma outra comunicação/ Dênis de Moraes (org) – Rio de Janeiro: Record, 2003.

econômicos, mesmo que de maneira subliminar – como na simples aparição de um produto ofensivo à saúde humana como objeto cenográfico. Encontra lastro também no disposto na Lei 9.294/1996, que igualmente combate os discursos vedados da mídia na propagação do uso da droga:

> *"Art. 3o-A Quanto aos produtos referidos no art. 2o desta Lei, são proibidos: (Artigo incluído 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 incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)."*

Poder-se-ia alegar, à luz dos preceitos universais que regem a democracia brasileira, que a Constituição de 1988 veda qualquer tipo de censura e assegura a plena liberdade de expressão. No entanto, o próprio Constituinte, confrontado com a necessidade de reduzir o hábito de fumar, determinou, no artigo 220, parágrafo 4º da Lei Magna, que a propaganda comercial de cigarros "estará sujeita a restrições legais". Não resta dúvida de que as imagens que "abrigam" o cigarro ou similares, geralmente associadas a situações de bem-estar ou relaxamento, ou ainda com apelo sexual e apologia da beleza e da juventude, são claramente uma forma velada de publicidade. O conceito do termo publicidade ratifica essa tese: "a arte de exercer uma ação psicológica sobre o público com fins comerciais ou políticos".

Acrescentamos que a legislação infra-constitucional também oferece amparo jurídico para a presente proposição. Um dos ditames da legislação ligada à Radiodifusão é a obrigação de que os serviços de comunicação eletrônica tenham finalidade educativa e cultural e sejam considerados de interesse nacional, tal como estabelecido na alínea "d" do artigo 38 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações.

O artigo 3º do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963) reforça tal determinação. O Regulamento destaca ainda o caráter público da concessão, ao estabelecer, no parágrafo único do art. 24, que "em qualquer

caso, as freqüências consignadas não constituem direito de propriedade da entidade, incidindo sempre sobre as mesmas o direito de posse da União."

No caso do cigarro, sabemos que estamos diante de gravíssimo problema de saúde pública, que vitima, só no Brasil, mais de 80 mil pessoas ao ano. Em todo o mundo, calcula-se que, em 50 anos, o cigarro vai matar cerca de 500 milhões de pessoas. Em maio do ano passado, esta Casa aprovou o texto da "Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco", assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003. A convenção prevê um conjunto de medidas para coibir o uso e o comércio de produtos fumígeros, entre elas, a proibição total da publicidade e promoção de produtos de tabaco e de patrocínio da indústria ou revendedores do setor.

Certos de que a proibição da exibição do ato de fumar na TV e sua restrição no cinema nacional são um passo decisivo para reduzirmos os custos sociais, humanos e econômicos provocados por essa epidemia de dimensões globais que atinge também o nosso País, pedimos o apoio dos nobres colegas no sentido do acolhimento dessa proposição.

Sala das Sessões, em 17 de março de 2005.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ

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 estimulo 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 Nº 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.

.....

Art. 3° A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 1° 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocinio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

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

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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.

** Artigo, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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 seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

** § 2º, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** § Inciso I com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

II - "fumar causa câncer de pulmão";

** Inciso II com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

III - "fumar causa infarto do coração";

** Inciso III com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

** Inciso IV com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso V com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VI com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

VIII - "fumar causa impotência sexual".

** Inciso VIII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos.

**§ 3º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

** Inciso V com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

** Inciso VI acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990.

** Inciso VII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

** § 4º acrescido pelu Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo.

** § 5º com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....
.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....
.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.
....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

Art. 9º Os arts. 3º, 18 e 57 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.219, DE 04 DE SETEMBRO DE 2001

Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

CAPÍTULO I
DAS DEFINIÇÕES

Art. 1º. Para fins desta Medida Provisória entende-se como:

I - obra audiovisual: produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão;

II - obra cinematográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é uma película com emulsão fotossensível ou matriz de captação digital, cuja destinação e exibição seja prioritariamente e inicialmente o mercado de salas de exibição;

III - obra videofonográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é um meio magnético com capacidade de armazenamento de informações que se traduzem em imagens em movimento, com ou sem som;

IV - obra cinematográfica e videofonográfica de produção independente: aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura;

V - obra cinematográfica e videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:

a) ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no parágrafo único, e ser de autoria de brasileiros e dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de cinco anos, utilizando para sua produção, no mínimo, dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos;

b) ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de co-produção cinematográfica e em consonância com os mesmos.

VI - segmento de mercado: mercados de salas de exibição, vídeo doméstico em qualquer suporte, radiodifusão de sons e imagens, comunicação eletrônica de massa por

assinatura, mercado publicitário audiovisual ou quaisquer outros mercados que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas;

VII - obra cinematográfica ou videofonográfica de curta metragem: aquela cuja duração é igual ou inferior a quinze minutos;

VIII - obra cinematográfica ou videofonográfica de média metragem: aquela cuja duração é superior a quinze minutos e igual ou inferior a setenta minutos;

IX - obra cinematográfica ou videofonográfica de longa metragem: aquela cuja duração é superior a setenta minutos;

X - obra cinematográfica ou videofonográfica seriada: aquela que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos;

XI - telefilme: obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo cinqüenta e no máximo cento e vinte minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

Parágrafo único. Para os fins do inciso V deste artigo, entende-se por empresa produtora brasileira aquela constituída sob as leis brasileiras e que tenha sua sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta de pessoas físicas brasileiras, natas ou naturalizadas há mais de dez anos, as quais devem exercer, de fato e de direito, o poder decisório da empresa.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

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 fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. "(NR)

"Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pósteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (NR)

§1º.....

.....

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; (NR)

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (NR)

.....

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR)

.....

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta ultima hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses." (NR)

"Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising , nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricantes, sem recomendação de consumo. "

"Art. 3°-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígeneos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. "

"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transporte do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO) "

Art. 2º. (VETADO)

Art. 3º. (VETADO)

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

Brasília, 27 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Gregori
Pedro Malan
Marcus Vinicius Pratini de Moraes
José Serra
Benjamin Benzaquen Sicsú
Martus Tavares
Pimenta da Veiga

LEI Nº 4.117, DE 27 DE AGOSTO DE 1962

** (A Lei nº 9.472, de 16/07/1997, revogou esta Lei, exceto quanto a matéria penal e aos preceitos relativos a radiodifusão)*

Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações.

.....

CAPÍTULO V
DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

.....

Art. 38. Nas concessões, permissões ou autorizações para explorar serviços de radiodifusão, serão observados, além de outros requisitos, os seguintes preceitos e cláusulas:

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

a) os administradores ou gerentes que detenham poder de gestão e de representação civil e judicial serão brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. Os técnicos encarregados da operação dos equipamentos transmissores serão brasileiros ou estrangeiros com residência exclusiva no País, permitida, porém, em caráter excepcional e com autorização expressa do órgão competente do Poder Executivo, a admissão de especialistas estrangeiros, mediante contrato;

** Alínea a com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

b) as alterações contratuais ou estatutárias que não impliquem alteração dos objetivos sociais ou modificação do quadro diretivo e as cessões de cotas ou ações ou aumento de capital social que não resultem em alteração de controle societário deverão ser informadas ao órgão Competente do Poder Executivo, no prazo de sessenta dias a contar da realização do ato;

** Alínea b com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

c) a alteração dos objetivos sociais, a modificação do quadro diretivo, a alteração do controle societário das empresas e a transferência da concessão, da permissão ou da autorização dependem, para sua validade, de prévia anuência do órgão competente do Poder Executivo;

** Alínea c com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

d) os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País;

e) as emissoras de radiodifusão, excluídas as de televisão, são obrigadas a retransmitir, diariamente, das 19 (dezenove) às 20 (vinte) horas, exceto aos sábados, domingos e feriados, o programa oficial de informações dos Poderes da República, ficando reservados 30 (trinta) minutos para divulgação de noticiário preparado pelas duas Casas do Congresso Nacional;

f) as empresas, não só através da seleção de seu pessoal, mas também das normas de trabalho observadas nas estações emissoras devem criar as condições mais eficazes para que se evite a prática de qualquer das infrações previstas na presente lei;

g) a mesma pessoa não poderá participar da administração ou da gerência de mais de uma concessionária, permissionária ou autorizada do mesmo tipo de serviço de radiodifusão, na mesma localidade;

** Alínea g com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

h) as emissoras de radiodifusão, inclusive televisão, deverão cumprir sua finalidade informativa, destinando um mínimo de 5% (cinco por cento) de seu tempo para transmissão de serviço noticioso.

i) as concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão deverão apresentar, até o último dia útil de cada ano, ao órgão Competente do Poder Executivo e aos órgãos de registro comercial ou de registro civil de pessoas jurídicas, declaração com a composição de seu capital social, incluindo a nomeação dos brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos titulares, direta ou indiretamente, de pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante.

** Alínea i com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

Parágrafo único. Não poderá exercer a função de diretor ou gerente de concessionária, permissionária ou autorizada de serviço de radiodifusão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial.

** § único com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

Art. 39. As estações de radiodifusão, nos 90 (noventa) dias anteriores às eleições gerais do País ou da circunscrição eleitoral, onde tiverem sede, reservarão diariamente 2 (duas) horas à propaganda partidária gratuita, sendo uma delas durante o dia e outra entre 20 (vinte) e 23 (vinte e três) horas e destinadas, sob critério de rigorosa rotatividade, aos diferentes partidos e com proporcionalidade no tempo de acordo com as respectivas legendas no Congresso Nacional e

Assembléias Legislativas.

§ 1º Para efeito deste artigo a distribuição dos horários a serem utilizados pelos diversos partidos será fixada pela Justiça Eleitoral, ouvidos os representantes das direções partidárias.

§ 2º Requerida aliança de partidos, a rotatividade prevista no parágrafo anterior será alternada entre os partidos requerentes de alianças diversas.

§ 3º O horário não utilizado por qualquer partido será redistribuído pelos demais, não sendo permitida cessão ou transferência.

§ 4º Caberá à Justiça Eleitoral disciplinar as divergências oriundas da aplicação deste artigo.

.....

.....

DECRETO Nº 52.795, DE 31 DE OUTUBRO DE 1963

Aprova Regulamento dos Serviços de Radiodifusão.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 87, inciso I, da Constituição,

Decreta:

Art. 1º Fica aprovado o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão do Conselho Nacional de Telecomunicações, com êste baixa.

Art. 2º Êste decreto entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 31 de outubro de 1963 - 142º da Independência e 75º da República.

João Goulart

REGULAMENTO DOS SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO

TÍTULO I
INTRODUÇÃO

CAPÍTULO I
GENERALIDADES

Art. 1º Os serviços de radiodifusão, compreendendo a transmissão de sons (radiodifusão sonora), e a transmissão de sons e imagens (televisão), a serem direta e livremente recebidas pelo público em geral, obedecerão aos preceitos da Lei nº 4.117, de 27 de agôsto de 1962, Código Brasileiro de Telecomunicações, aos de seu Regulamento Geral - Decreto nº 52.026, de 20 de maio de 1963, aos dêste Regulamento e às Normas baixadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL).

Parágrafo único. Os serviços de radiodifusão obedecerão, também às normas constantes dos atos internacionais em vigor e dos que no futuro se celebrarem, ratificadas pelo Congresso Nacional.

Art. 2º Compete, exclusivamente, à União dispor sôbre qualquer assunto referente aos serviços de radiodifusão.

CAPÍTULO II
DA FINALIDADE DOS SERVIÇOS

Art. 3º Os serviços de radiodifusão tem finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interêsse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique êsse interêsse e aquela finalidade.

Parágrafo único. Para atingir tal finalidade, o CONTEL, de acôrdo com a legislação em vigor, promoverá as medidas necessárias à instalação e funcionamento de estações radiodifusoras no território nacional.

TÍTULO II
DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

Art. 4° Os serviços de radiodifusão, para os efeitos dêste Regulamento, assim se classificam:

.....

TÍTULO V
DO PROCESSAMENTO PARA A OUTORGA DE CONCESSÕES E PERMISSÕES

.....

CAPÍTULO IV
DAS AUTORIZAÇÕES

Seção I
Generalidades

Art. 24. O Direito ao uso e gôzo das freqüências, consignadas a cada estação substituirá, sem prejuízo da faculdade conferida pelo artigo anterior, enquanto vigorar a concessão ou permissão.

Parágrafo único. Em qualquer caso, as freqüências consignadas não constituem direito de propriedade da entidade, incidindo sempre sôbre as mesmas o direito de posse da União.

Art. 25. Sem prévia aprovação do Govêrno Federal não poderá ter execução nenhum acôrdo ou convênio entre concessionárias ou permissionárias de serviços de radiodifusão, ao que se refere à utilização das freqüências que lhes forem consignadas e à execução dos serviços.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.713, DE 2005

(Do Sr. Gilberto Nascimento)

Dispõe sobre a obrigatoriedade da rotulagem nutricional das bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. As bebidas alcoólicas comercializadas no Brasil devem portar, obrigatoriamente, a rotulagem nutricional.

Parágrafo único. Na rotulagem nutricional devem ser declaradas, no mínimo, as seguintes informações: valor energético, carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans e sódio, colesterol, fibra alimentar, minerais e vitaminas.

Art. 2º. As empresas produtoras de bebidas alcoólicas têm o prazo de cento e oitenta dias, a contar da publicação desta lei, para se adequarem à exigência estabelecida no artigo anterior.

Art. 3º. O descumprimento da obrigação prevista nesta lei constitui infração sanitária sujeita aos dispositivos da Lei n.º 6437, de 20 de agosto de 1977 e demais disposições aplicáveis.

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

JUSTIFICAÇÃO

Atualmente, o consumidor brasileiro está mais preocupado com a qualidade dos produtos que consome. Essa inquietação se revela na busca cada vez maior de informações acerca dos alimento ingeridos diariamente.

O teor nutricional é uma das informações mais procuradas, pois revela dados importantes para a saúde dos indivíduos e para o controle do peso corpóreo. Saliente-se que a obesidade já está sendo considerada um problema grave de saúde pública. Portanto, qualquer informação útil ao controle do ganho de peso corporal pelos indivíduos torna-se relevante para combater o avanço desse problema.

As bebidas alcoólicas possuem um valor energético relativamente alto, mas não possuem nutrientes em quantidades relevantes. O consumo dessas bebidas no país é considerável, sendo que a grande maioria dos consumidores desconhece os valores nutricionais desses produtos.

A rotulagem nutricional não é obrigatória para as bebidas alcoólicas. Assim, o presente projeto objetiva fornecer aos consumidores

informações mais completas sobre a composição de nutrientes das bebidas alcoólicas porventura consumidas.

Sala das Sessões, em 09 de agosto de 2005.

Deputado GILBERTO NASCIMENTO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura Infrações à Legislação Sanitária Federal, Estabelece as Sanções Respectivas, e dá outras Providências.

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;

II - multa;

III - apreensão de produto;

IV - inutilização de produto;

V - interdição de produto;

VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;

VII - cancelamento de registro de produto;

VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;

IX - proibição de propaganda;

* *Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa;

* *Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento;

* *Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera.

* *Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XII - imposição de mensagem retificadora;

* *Inciso XII acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

XIII - suspensão de propaganda e publicidade.

* *Inciso XIII acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

* *Primitivo § 1º-A renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

** Inciso I com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

** Inciso II com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

** Inciso III com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

** Primitivo § 1º-B renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

** Primitivo § 1º-D renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

Art. 3º O resultado da infração sanitária é imputável a quem lhe deu causa ou para ela concorreu.

§ 1º Considera-se causa a ação ou omissão sem a qual a infração não teria ocorrido.

§ 2º Exclui a imputação de infração a causa decorrente de força maior ou proveniente de eventos naturais ou circunstâncias imprevisíveis, que vier a determinar avaria, deterioração ou alteração de produtos ou bens do interesse da saúde pública.

Art. 4º As infrações sanitárias classificam-se em:

I - leves, aquelas em que o infrator seja beneficiado por circunstância atenuante;

II - graves, aquelas em que for verificada uma circunstância agravante;

III - gravíssimas, aquelas em que seja verificada a existência de duas ou mais circunstâncias agravantes.

Art. 5º A intervenção no estabelecimento, prevista no inciso XI-A do art. 2º, será decretada pelo Ministro da Saúde, que designará interventor, o qual ficará investido de poderes de gestão, afastados os sócios, gerentes ou diretores que contratual ou estatutariamente são detentores de tais poderes e não poderá exceder a cento e oitenta dias, renováveis por igual período.

** Artigo caput com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º Da decretação de intervenção caberá pedido de revisão, sem efeito suspensivo, dirigido ao Ministro da Saúde, que deverá apreciá-lo no prazo de trinta dias.

** § 1º com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 2º Não apreciado o pedido de revisão no prazo assinalado no parágrafo anterior, cessará a intervenção de pleno direito, pelo simples decurso do prazo.

** § 2º com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 2º-A. Ao final da intervenção, o interventor apresentará prestação de contas do período que durou a intervenção.

** § 2º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.329, DE 2005

(Do Sr. Carlos Willian)

Dispõe sobre os horários de funcionamento de estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, nos municípios com população superior a cem mil habitantes.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O horário de funcionamento dos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, como bares, restaurantes, "traillers" e similares, localizados em municípios com mais de cem mil habitantes, será estabelecido pelo comando da Polícia Militar dos respectivos Estados Federados, por meio de parceria firmada entre esta instituição e o Poder Executivo local.

Art. 2º A Polícia Militar classificará as diferentes áreas do território municipal, atribuindo-lhes as seguintes denominações, segundo o grau de violência e a localização:

I – área verde: autoriza o funcionamento durante 24 horas;

II – área amarela: autoriza o funcionamento entre as 8 horas da manhã e as 23:30 horas;

III – área vermelha: autoriza o funcionamento entre as 8 horas da manhã e as 22:00 horas.

Art. 3º O não cumprimento do disposto nesta Lei implica as seguintes penalidades:

I – notificação de advertência, para a primeira infração;

II – multa de R$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais), para a segunda infração;

III – cassação definitiva do alvará de localização e funcionamento do estabelecimento, na terceira infração.

Art. 4º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

No Brasil, o álcool etílico continua, de forma equivocada, sendo considerado substância lícita e, portanto, não depende de receita médica para ser adquirido.

Mundialmente, porém, o álcool é reconhecido como droga psicoativa, capaz de gerar dependência química e apresentar outros graves desdobramentos, a exemplo da violência, dos acidentes de trânsito e da evasão escolar. Esses aspectos negativos associados à ingestão exagerada de bebidas alcoólicas são responsáveis por prejuízos tamanhos à população brasileira, que a Organização Mundial de Saúde passou a identificá-la como a que tem mais anos de vida afetados pela incapacitação, em conseqüência de tais abusos, em todo o mundo.

Entre as estratégias mais eficazes, indicadas pela literatura científica para combater o alcoolismo em nível mundial, destaca-se a atuação no âmbito dos chamados "fatores de acesso". Isso inclui, principalmente, a elevação do preço do produto, por meio da tributação, restrições relativas à localização dos bares, restaurantes e outros pontos de comercialização e a limitação dos seus horários de funcionamento.

A proposição que ora submetemos à apreciação dos Nobres Pares vem diretamente ao encontro deste último aspecto apontado, por configurar, na nossa opinião, a medida em condições de demonstrar maiores resultados concretos, em curto espaço de tempo, na luta pelo combate do alcoolismo e suas conseqüências, motivo pelo qual solicitamos o apoio indispensável à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 6 de dezembro de 2005.

Deputado CARLOS WILLIAN

PROJETO DE LEI N.º 6.379, DE 2005

(Do Sr. Nilson Mourão)

Dispõe sobre o horário de funcionamento de bares.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-6329/2005.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º Fica determinado que todos os bares do País não poderão funcionar após uma hora da manhã, tendo o horário previsto para o início de suas atividades fixado à critério próprio, não antes das 5 horas da manhã.

§ 1º - Não estão sujeitos ao horário fixado no "caput" deste artigo os bares de hotéis, "flats", clubes, associações e hospitais.

§ 2º - O período de funcionamento fixado no "caput" deste artigo é considerado como horário normal de funcionamento.

Art. 2º O estabelecimento que venha a ter comprovação, pela autoridade policial ou municipal competente, da prática ou exercício de atividades ilegais, em suas dependências, terá suas atividades suspensas pela Prefeitura do respectivo Município e responderá em juízo sob as penalidades da lei.

Art. 3º Fica proibido fora do horário normal:

a) praticar ato de compra e venda;

b) manter abertas ou semicerradas as portas do estabelecimento, ainda que dêem acesso ao interior do prédio e este sirva de residência ao responsável;

c) manter iluminação dentro do bar, salvo quando o interior do mesmo puder ser examinado visualmente por quem se achar do lado de fora.

Parágrafo único - Não se considera infração a abertura de estabelecimento para lavagem ou limpeza, ou quando o responsável não tendo outro meio de se comunicar com a rua, conservar aberta uma das portas para o efeito de embarque e desembarque de mercadorias, durante o tempo estritamente necessário à efetivação dos mencionados atos.

Art. 4º Os infratores dos dispositivos desta legislação estão sujeitos às seguintes penalidades:

a) multa de dois salários mínimos vigentes no País, na primeira autuação;

b) fechamento administrativo com a lacração de todas as entradas, na segunda autuação.

Parágrafo único - Desrespeitado o fechamento administrativo, será solicitado auxílio policial para exigir o cumprimento da penalidade administrativa e providenciará o boletim de ocorrência com base no artigo 330 do Código Penal, nos termos desta lei.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Diferentes estudos realizados sobre a relação: consumo de alcool x comportamento violento, apontam para o aumento nos casos de violência quando anteriormente ao ato ocorre o consumo de bebidas alcoólicas. Em 2002, a Prefeitura de Diadema, cidade que integra a Grande São Paulo, aprovou uma lei proibindo a venda de bebidas alcoólicas nos bares depois das 23 horas. Os resultados supreenderam: não só o número de homicídios caiu expressivamente, como também diminuíram os casos de violência doméstica.

Essa medida implantada no município de Diadema provou que é possível controlar a situação de violência em que vivem as cidades brasileiras. Aliás, muito mais pode ser feito para evitar os males que o consumo de álcool provoca. Basta lembrar a quantidade de acidentes de trânsito que acontecem nos fins de semana e feriados relacionados com o hábito de beber e dirigir. Em São Paulo, mais de 30 mil pessoas morrem todos os anos por causa disso. A necessidade de uma lei estabelecendo horário para o fechamento dos bares em Diadema, surgiu quando

dados de estudos realizados no município constataram que cerca de 80% dos homicídios ocorriam entre dez horas da noite e seis da manhã.

Em 2002 Diadema era recordista em número de homicídios no Brasil, com cerca de 120 homicídios por grupo de cem mil habitantes. Passados dois anos da regulamentação da lei, segundo dados de empresa especializada na área de mudanças legislativas e impactos comunitários associados ao consumo de álcool, 293 vidas foram salvas graças a essa medida. Isso significa que aproximadamente 11 mortes por mês deixaram de ocorrer. Além disso diminuíram também os casos de violência doméstica em cerca de 25%.

A mudança dessa realidade de acidentes de trânsito, violência doméstica e homicídios causados pelo 'encorajamento' próprio da ação do álcool, por certo não se dará somente com a adoção de uma lei que feche os bares mais cedo, porém, experiências como essa de Diadema devem ser aproveitadas e medidas precisam sem adotadas para contribuir nessa luta por uma cultura de paz e a construção de uma sociedade menos violenta. Como legisladores temos a responsabilidade de fazer parte dessa luta, oferecendo à sociedade instrumentos que nos permitam alcançar essa meta.

As experiências bem sucedidas poderão ser estendidas para todo o País se a presente iniciativa de lei contar com a sensibilidade e o apoio dos nobres pares nesta Casa. E é com essa expectativa que ora submeto a Vossas Excelências a apreciação desse projeto de lei.

Sala das Sessões, em 13 de dezembro de 2005.

Deputado NILSON MOURÃO – PT

PROJETO DE LEI N.º 6.643, DE 2006

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre à proibição do uso do fumo e do álcool em filmes e desenhos infantis ou produtos que condizem com a mesma natureza ou espécie.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Fica proibido em todo o território nacional o uso do fumo e do álcool em filmes e desenhos infantis ou produtos que condizem com a mesma natureza ou espécie, ou qualquer outro que possa estimular ao vício.

Art. 2° O poder executivo regulamentará a presente lei, designando órgão responsável pela fiscalização e aplicação da penalidade caso ocorra o descumprimento dessa lei.

Art. 3° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O que faz alguém tomar bebidas alcoólicas ou fumar? Por que algumas pessoas ficam viciadas em drogas? O uso de drogas é aprendido? Revistas, TV, filmes influem no modo como as pessoas usam drogas? Estas são algumas das perguntas polêmicas sobre o uso de drogas e que estão ainda sem uma resposta definitiva. Porém, é bastante claro que o uso de drogas pode ser visto freqüentemente em filmes e na televisão. Por exemplo: um estudo mostrou que entre os 200 filmes mais retirados nas locadoras entre 1996 e 1997, 93% mostravam pessoas utilizando bebidas alcoólicas e 89% mostravam pessoas fumando.

Um novo estudo publicado na revista Pediatrics, investigou a freqüência que o uso de álcool e fumo aparecia em desenhos animados direcionados para o público infantil, de 81 filmes assistidos 47% tinham o uso do álcool e 43% o uso do fumo.

Em 40% dos desenhos com o uso de álcool, os efeitos físicos do consumo de álcool eram mostrados. Por exemplo, alguns personagens ficavam cambaleantes, tinham soluços, ou ficavam com a cara vermelha. Nenhum dos desenhos tinha avisos sobre as conseqüências prejudiciais do uso de álcool. Nos desenhos que mostravam o uso de fumo, 37% mostravam as conseqüências físicas do seu uso, incluindo tosse ou fazendo os personagens ficarem verdes. Somente em 3 desenhos há a presença de personagens que pediam para outros pararem de fumar.

A presente propositura visa a proibição em todo o território nacional o uso do fumo e álcool em filmes e desenhos infantis ou produtos que condizem com a mesma natureza ou espécie, ou qualquer outro que possa estimular ao vício, para que possamos reduzir a possibilidade de que nossas crianças sejam influenciadas ao uso de drogas, pelo que deveria ser feito para a diversão dessas.

Diante do exposto, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres pares para a apreciação desse projeto.

Sala das Sessões, em 20 de fevereiro de 2006.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 6.807, DE 2006

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobra a proibição do fumo em locais onde se praticam esportes em todo o Território Nacional e dá outras providencias.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, destinados a pratica esportes.

Parágrafo Único – Os locais de que trata o art. 1º deverão exibir placas com o inteiro teor desta lei devendo ser afixada em local visível e com letras legíveis.

Art. 2º O poder executivo regulamentará a presente lei, designando órgão responsável pela fiscalização e aplicação da penalidade caso ocorra o descumprimento dessa lei.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O cigarro mata anualmente mais do que a AIDS, álcool, cocaína, heroína, acidentes de trânsito e suicídio somados.

O fumo resiste bravamente no Brasil mesmo após 20 anos de campanhas governamentais, mesmo com leis que divulgam os seus males. Estima-se, que mais de 30 milhões de brasileiros fumam.

A presente medida visa a proibição em todo o território nacional de fumar em estádios, ginásios, parques aquáticos e em quaisquer outros locais onde se pratica esportes.

Este Projeto de lei intenta proteger as pessoas contra a exposição a qualquer tipo de fumo. A opção pelo tabagismo deve ser feita na idade adulta, e não constituir uma indução subliminar por parte destes.

Diante do exposto, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres pares para a apreciação desse projeto.

Sala das Sessões, em 28 de março de 2006.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 1.002, DE 2007

(Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

Altera a Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1°. O parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1° .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a 3 graus Gay Lussac."

Art. 2° O art. 3° da Lei n° 9.294, de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 3° A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

§ 1° 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 **dos usuários**;

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;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

§ 1°-A. Aplica-se às bebidas alcóolicas definidas no parágrafo único do **caput** do art. 1° o disposto no **caput** deste art. 3° e em seu § 1°.

§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou

rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2o deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses." (NR)

Art. 3° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Em audiência pública na Comissão de Seguridade Social e Família discutiu-se com o Sr. Ministro da Saúde os problemas do consumo de bebidas alcóolicas. Surgiu como questão fundamental os efeitos da propaganda, o quanto ela poderia influenciar o consumo destas bebidas e, por conseqüência, trazer agravos à saúde e produzir acidentes de trânsito. Quanto a este último ponto, calcula-se que das trinta e cinco mil mortes ocorridas no trânsito a cada ano, a maioria seja devida ao consumo de álcool pelos condutores.

Desta forma, considero pertinente que se limitem as propagandas de bebidas alcóolicas, o que diminuiria o consumo e a exposição destes produtos à população mais

jovem. De fato, pelas regras atuais a propaganda, sobretudo a de cervejas, atinge grande parcela da população infantil brasileira, como se nada disso pudesse trazer efeitos deletérios no futuro. Assim, com as alterações que propomos à já bastante útil Lei nº 9.249, de 1996, acredito que atingiremos importantes resultados.

A primeira alteração refere-se à nova definição de bebida alcóolica, abarcando todas aquelas com gradação Gay Lussac superior a três graus. Com isso, subordinaremos todas as bebidas alcóolicas às regras já restritivas presentes no art. 4º da Lei, que impede a veiculação de propaganda em emissoras de rádio e televisão entre as seis horas e vinte uma horas. Da mesma forma, submetemos as bebidas alcóolicas nas restrições do **caput** e § 1º do art. 3º, que regulamentam de forma bastante eficiente o modo e os objetivos da propaganda – regras que já estão em vigor para os produtos fumígeros.

Esperamos contar com o apoio dos nobres pares na aprovação desta importante medida, que visa melhorar a qualidade de vida da população pelo maior respeito à saúde e também pela diminuição dos acidentes de trânsito.

Sala das sessões, 09 de maio de 2007

Dep. Jorge Tadeu Mudalen

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte:

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

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

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.016, DE 2007

(Do Sr. Celso Russomanno)

Acresce o art. 257-A à Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, bem como parágrafo único ao art. 81 do mesmo diploma legal.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acresce o art. 257-A à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, bem como parágrafo único ao art. 81 do mesmo diploma legal, objetivando obrigar a fixação, nos estabelecimentos e locais de venda de bebidas alcoólicas no País, de aviso em formato legível e bastante visível ao consumidor que informe sobre a proibição da venda de bebidas alcoólicas a crianças ou adolescentes, bem como que qualquer um pode denunciar a sua prática.

Art. 2º O art. 81 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

"Art. 81. .....

.....

Parágrafo único. Nos estabelecimentos e locais de venda de bebidas alcoólicas no País, deverá ser fixado aviso em formato legível e bastante visível ao consumidor com o seguinte conteúdo: "É PROIBIDO VENDER BEBIDAS ALCOÓLICAS A MENORES DE DEZOITO ANOS – QUALQUER UM PODE DENUNCIAR (ART. 301 DO CÓDIGO DE PROCESSO PENAL). (NR)"

Art. 3º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 257-A:

"Art. 257-A. Descumprir obrigação constante no parágrafo único do art. 81 desta Lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, duplicando-se a pena em caso de reincidência."

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei visa tornar obrigatória a fixação, nos estabelecimentos comerciais e outros locais que realizam a venda de bebidas alcoólicas no País, de aviso em formato legível e bastante visível ao consumidor que

informe sobre a proibição da venda de bebidas alcoólicas a crianças ou adolescentes, bem como que qualquer um pode denunciar a sua prática.

Com efeito, o art. 81, incisos I e II, do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), dispõe que é proibida a venda de bebidas alcoólicas. O art. 243 da aludida lei, por sua vez, tipifica como criminosa a conduta de quem vende, fornece, ministra ou entrega, de qualquer forma, à criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida. A sanção para tal delito é de seis meses a dois anos de detenção, além de multa. Noutras palavras, é crime vender bebidas alcoólicas à criança ou adolescente porque tais produtos têm componentes que causam dependência física e psíquica.

Não obstante a proibição legal, bebidas alcoólicas são ainda freqüentemente vendidas a crianças e adolescentes em bares, mercados, supermercados, hipermercados, lanchonetes, clubes sociais, boates, campos de futebol e, enfim, em todos aqueles locais nos quais se explora a sua venda, o que constitui, sem dúvida, um dos fatores que contribuem em grande medida para que jovens se tornem dependentes do álcool.

Nesse contexto, mostra-se importante a adoção da medida legislativa ora proposta, que certamente auxiliará o combate à venda ilegal de bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes à medida em que assegura maior publicidade à norma proibitiva em tela e estimula a denúncia de tal prática como parte de um sistema de maior controle social.

Diante do exposto, solicita-se o apoio dos nobres Pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 09 de maio de 2007.

Deputado CELSO RUSSOMANNO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:
I – armas, munições e explosivos;
II – bebidas alcoólicas;
III – produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV – fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V – revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI – bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave.

** Pena com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003.*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

Art. 244-A. Submeter criança ou adolescente, como tais definidos no *caput* do art. 2º desta Lei, à prostituição ou à exploração sexual:

Pena - reclusão de quatro a dez anos, e multa.

§ 1º Incorrem nas mesmas penas o proprietário, o gerente ou o responsável pelo local em que se verifique a submissão de criança ou adolescente às práticas referidas no *caput* deste artigo."

§ 2º Constitui efeito obrigatório da condenação a cassação da licença de localização e de funcionamento do estabelecimento.

** Artigo, caput, acrescido pela Lei nº 9.975, de 23/06/2000.*

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 257. Descumprir obrigação constante dos artigos 78 e 79 desta Lei:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência, duplicando-se a pena em caso de reincidência, sem prejuízo de apreensão da revista ou publicação.

Art. 258. Deixar o responsável pelo estabelecimento ou o empresário de observar o que dispõe esta Lei sobre o acesso de criança ou adolescente aos locais de diversão, ou sobre sua participação no espetáculo:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias.

.....

.....

DECRETO-LEI Nº 3.689, DE 03 DE OUTUBRO DE 1941

Código de Processo Penal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o art. 180 da Constituição, decreta a seguinte Lei:

LIVRO I
DO PROCESSO EM GERAL

.....

TÍTULO IX
DA PRISÃO E DA LIBERDADE PROVISÓRIA

.....

CAPÍTULO II
DA PRISÃO EM FLAGRANTE

Art. 301. Qualquer do povo poderá e as autoridades policiais e seus agentes deverão prender quem quer que seja encontrado em flagrante delito.

Art. 302. Considera-se em flagrante delito quem:

I - está cometendo a infração penal;

II - acaba de cometê-la;

III - é perseguido, logo após, pela autoridade, pelo ofendido ou por qualquer pessoa, em situação que faça presumir ser autor da infração;

IV - é encontrado, logo depois, com instrumentos, armas, objetos ou papéis que façam presumir ser ele autor da infração.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.066, DE 2007

(Do Sr. Miguel Martini)

Dispõe sobre a colocação de advertência nas embalagens de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - As embalagens das bebidas alcoólicas produzidas e comercializadas no país conterão a seguinte advertência: *"O Ministério da Saúde adverte : " O álcool pode causar dependência e, em excesso, é prejudicial à saúde".*

Parágrafo único - Considera-se bebida alcoólica, para os efeitos desta lei, a bebida potável com teor alcoólico superior a 13º GL (treze graus Gay Lussac).

Art. 2º - São responsáveis pela confecção e pela colocação da advertência de que trata o "*caput*" do art. 1º:

I - o produtor;

II - o importador com sede no país;

III - o comerciante que adquirir bebida alcoólica produzida em outro Estado.

Parágrafo único - A advertência será redigida em caracteres legíveis, de forma a permitir sua imediata identificação pelo consumidor.

Art. 3º - A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator a multa de 1.000 (mil) Unidades Fiscais de Referência -UFIRs -, cobrando-se esse valor em dobro em caso de reincidência.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor no prazo de 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de sua publicação.

Justificação

Implantar uma política séria de prevenção, prestando ao consumidor informação sobre a nocividade das bebidas alcoólicas, é um imperativo da ordem pública, não podendo o poder público permanecer omisso ou incentivar o

consumo do álcool, que hoje é um dos maiores causadores de doenças e de acidentes no trânsito, que podem levar à morte.

As alegações de que este projeto, transformado em lei, poderá causar transtornos às indústrias e ao comércio são inócuas, tendo em vista que os fabricantes de cigarros adotam similar conduta com relação aos seus produtos industrializados. A vida deve sobrepujar o lucro, sendo a informação um dos meios de educar e esclarecer sobre os males decorrentes do consumo excessivo de álcool. Contamos com a sensibilidade dos nobres pares para a aprovação deste projeto, por considerá-lo imprescindível à qualidade de vida do povo mineiro.

Brasília, 15 de maio de 2007

Dep. Miguel Martini
PHS/MG

PROJETO DE LEI N.º 1.925, DE 2007

(Do Sr. William Woo)

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal."

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas deverão conter a advertência de que é proibida a sua venda a criança ou a adolescente.

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

"Art. 4°.....

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão as seguintes advertências:

I - "Evite o Consumo Excessivo de Álcool";

II – "É proibida a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas, sob pena de detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave, nos termos dos arts. 81, II, e 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente (NR).'

Art. 3º Esta lei entra em vigor cento e vinte dias após a data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

De acordo com recente artigo publicado na "Revista de Saúde Pública"[2], os adolescentes constituem um grupo de risco peculiar entre os consumidores de bebidas alcoólicas em dois aspectos principais: a época de início do seu consumo e a forma como bebem.

A precocidade de início do uso de álcool é um dos fatores preditores mais relevantes de problemas futuros. O consumo antes dos 16 anos aumenta significativamente o risco para beber pesado na idade adulta, em ambos os sexos. Pesquisas indicam que quanto menor a idade mínima legal para o consumo de bebidas, maiores as possibilidades de ocorrência de acidentes de trânsito relacionados ao álcool, de traumatismos acidentais, homicídios, suicídios e acidentes com armas de fogo.

---

2 Rev. Saúde Pública v.41 n.4 São Paulo

Quanto à forma de beber, estudos apontam que 90% do álcool consumido por adolescentes nos Estados Unidos ocorre na forma abusiva (*binge drinking*), ou seja, a ingestão de cinco ou mais doses na mesma ocasião, para homens, ou quatro ou mais doses para mulheres. Este padrão de consumo expõe o organismo jovem a doses tóxicas de álcool, predispondo-o a uma série de comportamentos de riscos, como gravidez indesejada, doenças sexualmente transmissíveis e acidentes automobilísticos.

Este problema é relevante para a saúde e segurança pública do Brasil: um levantamento realizado em 2004 com 48 mil estudantes do ensino público fundamental e médio mostrou que 44,3% haviam feito uso de álcool nos 30 dias que antecederam a pesquisa e 11,7% dos adolescentes pesquisados relataram seu uso freqüente (seis ou mais vezes no mês).

A Organização Mundial de Saúde (OMS) propõe duas políticas de alta evidência de efetividade para diminuir os problemas relacionados ao consumo do álcool em adolescentes: o aumento do preço da bebida e a implementação e fiscalização da idade mínima para se beber. Esta última é a mais estudada, sendo consenso na literatura sua alta efetividade, elevado suporte científico, boa transposição cultural e baixo custo. Neste item, a disponibilidade comercial também desempenha papel relevante e vêm sendo conduzidas pesquisas em vários países para verificar com que facilidade os adolescentes obtêm bebidas alcoólicas em pontos de venda e de que forma a sua compra é realizada: diretamente, por meio de irmãos, amigos ou adquirindo as bebidas em casa.

Assim, procuramos dar a nossa contribuição para prevenir este grave problema de saúde pública, para o que contamos com o apoio de nossos ilustres Pares nesta Casa.

Sala das Sessões, em 30 de agosto de 2007.

Deputado William Woo

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 Nº 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.

.....

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. 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.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:
I - armas, munições e explosivos;
II - bebidas alcoólicas;
III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V - revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave.

** Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003.*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

Art. 244-A. Submeter criança ou adolescente, como tais definidos no *caput* do art. 2º desta Lei, à prostituição ou à exploração sexual:

Pena - reclusão de quatro a dez anos, e multa.

§ 1º Incorrem nas mesmas penas o proprietário, o gerente ou o responsável pelo local em que se verifique a submissão de criança ou adolescente às práticas referidas no *caput* deste artigo."

§ 2º Constitui efeito obrigatório da condenação a cassação da licença de localização e de funcionamento do estabelecimento.

** Artigo, caput, acrescido pela Lei nº 9.975, de 23/06/2000.*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.026, DE 2007

(Do Sr. Augusto Carvalho)

Altera o art. 4º da 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".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 4° A propaganda comercial de bebida alcoólica, seja qual for seu teor, somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e às seis horas."

Art. 2° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei n° 9.294, de 1996, que instituiu critérios restritivos para a propaganda de tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, ao se referir às bebidas alcoólicas, permite que sua propaganda seja feita apenas no intervalo entre as 21 e as 6 horas. E, no caso, usa a expressão de forma a mais ampla, sem qualquer limitação quanto a seu teor alcoólico.

Sucede que o Decreto n° 2.108, de 01.10.1996, que regulamentou a Lei n° 9.294, inovou, por inteiro, limitando, em seu texto, aquilo que a Lei regulamentada não o fez. E, no caso, excluiu das restrições publicitárias ali definidas todas as bebidas potáveis com teor alcoólico inferior a 13 graus Gay Lussac (GL), como se pode ler no art. 8° do mencionado diploma legal.

Uma leitura, ainda que menos cuidadosa, pode entender como benéfica a intromissão dessa limitação no texto legal, embora a lei assim regulamentada não o tenha feito, porque o que pretendeu fazer foi restringir, naquele horário, a propaganda de toda e qualquer bebida alcoólica, independentemente, portanto, de seu índice Gay Lussac.

Esta intromissão indevida, tal como o é a de um decreto do Poder Executivo pretendendo modificar uma decisão do Poder Legislativo, definindo limites ali onde a lei original não definiu, já é, de si, condenável. E, quando se tem em mente a idéia que presidiu à elaboração daquela lei, que é exatamente a de limitar a propaganda de bebidas alcoólicas, quaisquer que elas sejam, diante do perigo que representam para a saúde e, mais ainda, para o relacionamento social, vamos encontrar que o teor menor de 13 graus abrange exatamente o segmento das cervejas, aquelas bebidas que, hoje, em qualquer horário da televisão e do rádio e em muitas páginas de jornais e revistas, insinua – e quase sempre maliciosamente – aos jovens que é bom beber. E se esta idéia contradiz o disposto na lei original, não pode, em qualquer hipótese, constar do decreto que a regulamentou.

Assim, o que estou pretendendo com esta proposição é, antes de mais nada, restaurar o exato sentido do texto original, ou seja, o de não colocar qualquer limitação, quanto ao teor alcoólico, nas restrições à propaganda dessas beberagens. Depois, é protestar quanto a essa autêntica usurpação do poder de legislar, que nos cabe, a nós parlamentares, em especial naqueles casos em que referida usurpação foi feita em benefício - impossível negar - de um dos maiores produtores de bebidas alcoólicas que é o segmento das cervejas.

Na certeza de que meus ilustres Pares, nesta Casa, entenderão os propósitos que nos levaram a formular este projeto de lei, creio poder contar com sua necessária aprovação.

Sala das Sessões, em 12 de setembro de 2007.

Deputado AUGUSTO CARVALHO
PPS/DF

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

.....

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. 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.

.....

.....

DECRETO Nº 2.018, DE 1 DE OUTUBRO DE 1996

Regulamenta a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebibas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição.

.....

CAPÍTULO III
DA PROPAGANDA E ROTULAGEM DE BEBIDAS

Art. 8° A propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre às vinte e uma e às seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° As chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos indicados no *caput* deste artigo, em estádios, veículos de competição e locais similares, bem como em eventos alheios a 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.

Art. 9° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de que trata o artigo anterior deverão conter, de forma legível e ostensiva, além dos dizeres obrigatórios previstos pelas Leis ns. 7.678, de 8 de novembro de 1988, e 8.918, de 14 de julho de 1994 e seus regulamentos, a expressão: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.035, DE 2007

(Do Sr. Raimundo Gomes de Matos)

Altera redação do caput do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1° O caput do art. 2° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2° É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumigero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público"

.....

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

JUSTIFICAÇÃO

Nos últimos anos, vem se verificando uma substancial redução do consumo de cigarros resultante de campanhas de esclarecimento sobre o potencial nocivo do fumo e os malefícios do hábito destrutivo de fumar que leva à morte precoce de grande número de pessoas.

O Brasil vem adotando medidas que ampliam as restrições ao hábito de fumar e proibem a propaganda comercial de produtos fumígeros e derivados de tabaco.

Um dos diplomas legais que marcaram época no movimento antitabagista é 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". Estas coibições impostas foram posteriormente ampliadas e aprofundadas com a edição das **Leis nº 10.167, de 27/12/2000 e nº 10.702, de 14/07/2003.**

Estas referidas Leis não são mais do que a explicitação do disposto no **§ 4º do art. 220 da Constituição Federal** que determina a adoção de restrições legais à propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias com o objetivo de "garantir à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente".

A **Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,** estabelece, no caput do seu art. 2º, a vedação ao uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público.

O referido dispositivo, porém, em sua parte final, permite exceções: **"salvo em área destinada exclusivamente a este fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente".**

A ressalva permitida pelo legislador abriu as portas para que bares, restaurantes e outros espaços criassem ambientes para "fumantes" e para "não-fumantes" e para o surgimento de "fumódromos", considerados, hoje, pela OMS como "ilusão de proteção".

Entendemos que **o fumo tem que ser banido totalmente em ambientes fechados** e é nesta linha que o Ministério da Saúde estabeleceu, em 2007, para o "Dia Nacional de Combate ao Fumo", o lema: **"Ambientes Livres do Tabaco".**

A proibição do uso do fumo em ambientes fechados será uma medida de defesa do direito à saúde e de proteção aos fumantes passivos. Estudos revelam que "a fumaça aspirada pelo não-fumante apresenta níveis oito vezes maiores de monóxido de carbono, três vezes maiores de nicotina e de até 50 vezes maiores de alcatrão, nitrosaminas e outras substâncias cancerígenas do que.a fumaça tragada pelo próprio fumante ativo". A "fumaça secundária" (que sai da ponta do cigarro e não passa pelo filtro) é o principal componente da PTA - "poluição tabágica ambiental". Por isso, segundo a OMS, "os fumantes passivos têm um risco 23% maior de desenvolver doença cardiovascular e 30% mais possibilidades de se tornarem portadores de câncer de pulmão".

O tabagismo mata 5 milhões de pessoas por ano no mundo, sendo que, destas mortes, 200.000 ocorrem no Brasil. Está associado a 40% das mortes por câncer, 90% das mortes de câncer no pulmão, 25% das mortes por doença coronariana, 85% das mortes por doença pulmonar obstrutiva crônica, 25% das mortes por doença cérebro-vascular. Na

gestação está associado a maior risco de aborto espontâneo, morte perinatal, prematuridade, recém nascido de baixo peso.

O tabagismo passivo - a que está exposta cerca de 80% da população - vem sendo responsável direto por acentuados casos de câncer de pulmão e infartos em adultos e de asmas, pneumonias e otites em crianças. Hoje estima-se que seja o tabagismo passivo a 3ª maior causa de mortes evitável no mundo, subsequente ao tabagismo ativo e ao consumo excessivo de álcool.

O câncer de pulmão em 90% dos casos está associado ao consumo de derivados do tabaco. Entre os 10% restantes, 1/3 é de fumantes passivos que vivem em ambientes fechados com fumantes causa um risco 30% maior de câncer de pulmão.

O tabagismo é o principal fator de risco do câncer do pulmonar devido a presença na fumaça do tabaco do alcatrão, que concentra 43 substâncias comprovadamente cancerígenas para o homem.

Algumas iniciativas louváveis vêm sendo tomadas com vistas à proibição total do uso do fumo em ambientes fechados. Merece destaque o **"Selo Antitabagista"**, instituído pelo Governo do Estado de São Paulo e concedido a todo estabelecimento que participar do "Programa de Promoção de Ambientes Livres do Tabaco", vetando, sem exceções, o uso do cigarro em suas dependências.

O **"Selo"** tem uma importante função didática e tudo que venha contribuir para a redução do uso do fumo merece ser acatado. É importante, porém, que exista uma legislação federal que imprima obrigatoriedade e estabeleça sanções pelo não cumprimento. Por isso, estamos propondo à consideração do Congresso Nacional o presente **Projeto de Lei que dá nova redação ao caput do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, suprimindo a parte final deste dispositivo.** Transformada em norma jurídica, temos certeza, contribuirá, decisivamente, para banir o fumo em ambientes fechados, a exemplo do que já acontece em vários países do mundo.

Dada a relevância social da Proposta, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares na sua rápida apreciação e aprovação

Sala das Sessões, em 13 de setembro de 2007

Deputado RAIMUNDO GOMES DE MATOS

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

§ 6° 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 Nº 9.294, DE 15 DE JUNHO 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.

.....

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º. Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º. Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 3° 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 § 2° acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

....." (NR)

Art. 8°. O art. 7° da Lei n° 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4°, renumerando-se o atual § 4° para § 5°:

.....

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória n° 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9° e 10 do Decreto-Lei n° 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4° do Decreto-Lei n° 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3° da Lei n° 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5°, os incisos XI, XII e XIII do art. 7°, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei n° 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180° da Independência e 113° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

LEI N° 10.702, DE 14 DE JULHO DE 2003

Altera a Lei n° 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1°. A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.3°A.....

.....

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;
IX - a venda a menores de dezoito anos.

§ 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.

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. "(NR)

" Art. 3ºC. A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 fumígeros, 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 seqüencialmente, 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. " (NR)

"Art.9°.....

.....

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3° A, as sanções previstas na Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei n° 8.069, de 13 de julho de 1990.

.....

§ 5° O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. " (NR)

Art. 2°. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 14 de julho de 2003; 182° da Independência e 115° da República.

JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA
Humberto Sérgio Costa Lima
Agnelo Santos Queiroz Filho
Márcio Favilla Lucca de Paula
José Dirceu de Oliveira e Silva

PROJETO DE LEI N.º 2.134, DE 2007

(Da Srª Rita Camata e outros)

Altera o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera o parágrafo único do Art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

Art. 2º O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º .....

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

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificativa

O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de cerveja. Ela ocupa a segunda posição em vendas no segmento, vindo logo atrás dos refrigerantes. O perfil dos consumidores é de jovens de baixo poder aquisitivo. No ano de 2005 foi realizado Levantamento Domiciliar Nacional pela Secretaria Nacional Antidrogas, que identificou aumento de dependentes do álcool para 12,3% da população. Outro levantamento, feito com estudantes em 27 capitais mostrou que o primeiro uso de álcool se dá por volta de doze anos de idade, e ocorre principalmente no ambiente familiar. Cerveja ou chope são as bebidas mais consumidas no país, correspondendo a 61% de todas as doses anuais ingeridas.

Não podemos deixar de salientar ainda a estreita relação de bebida e acidentes de trânsito. A maior parte das mortes nestes acidentes ocorre entre jovens. Entre pessoas do sexo masculino de 15 a 34 anos de idade, a causa principal de morte é por homicídio, seguida por acidentes de trânsito. Assim, fica evidente a relevância de se buscar limitar o consumo e a conscientizar a população dos riscos que corre e aos quais expõe outras pessoas ao fazer uso abusivo de bebidas alcoólicas, inclusive – ou principalmente - as de baixo teor.

Ocorre que a Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas estabelece como bebida alcoólica apenas aquela com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac. Tal disposição vai de encontro aos objetivos da Política Nacional sobre o Álcool, instituída pelo Decreto n.º 6.117, de 22 de maio de 2007. Para os efeitos desta Política, é considerada bebida alcoólica a que contiver 0,5 grau Gay-Lussac ou mais de concentração. Aí estão incluídas bebidas destiladas, fermentadas, além das misturas de refrigerantes e destilados ou mesmo preparações farmacêuticas.

A Política pretende atenuar e prevenir danos resultantes do consumo de álcool em situações específicas. No que concerne à saúde, é imprescindível se adotar o conceito mais amplo de bebidas alcoólicas. Persistem nas estatísticas brasileiras números inaceitáveis de crimes, violências e acidentes provocados pela ingestão excessiva de bebidas alcoólicas, inclusive as cervejas ou "ices" – justamente as que têm menor teor de álcool.

O prejuízo à vida humana, aos cofres do Sistema Único de Saúde e à economia nacional, não apenas em termos de mortes e incapacidades, mas também de absenteísmo, é inegável. Não incluímos aí o sofrimento da vítima e famílias, e o prejuízo de toda a sociedade.

Assim, entendemos que a presente proposição contribui para assegurar as condições de saúde da população. Além dos danos a outras pessoas, o álcool pode causar no bebedor problemas graves, como cirrose, pancreatite ou câncer em diferentes órgãos.

Em situação como esta não podemos transigir na defesa da posição que favorece a saúde e protege os brasileiros de uma série de agravos reconhecidamente atribuíveis à ingesta de álcool. Neste caso, sem sombra de dúvida, considerar bebidas com menor teor alcoólico para os efeitos da execução desta Política de redução de danos é essencial.

Sala das Sessões, em 26 de setembro de 2007.

Deputada Rita Camata
PMDB/ES

Deputado Darcísio Perondi
PMDB/RS

Deputado Germano Bonow
DEM/RS

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 Fumígeros, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e

Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal.

Art. 1° 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 § 4° 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. 2° É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

.....

DECRETO Nº 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

Art. 1° Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2° A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.369, DE 2007

(Do Sr. Juvenil Alves)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em sítios eletrônicos da rede mundial de computadores (Internet) e dá providências correlatas.

DESPACHO:
APENSE-SE (AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º É proibida a comercialização de bebidas alcoólicas em sítios eletrônicos da rede mundial de computadores (internet).

Art. 2º O não cumprimento do disposto no art. 1º desta Lei constitui infração sanitária, sujeitando os infratores às penalidades da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977.

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará a presente lei, no prazo de 60 (sessenta) após sua publicação, e designará órgão ou autarquia responsável pela fiscalização e aplicação de penalidades.

Art. 4.º Esta Lei entre em vigor quarenta e cinco dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É tarefa constante dos Poderes Legislativo e Executivo, aliados aos demais segmentos sociais engajados no assunto, o combate ao uso de drogas, tornando-se sempre necessária a atenção para a articulação de políticas públicas e elaboração de leis que objetivem, no mínimo, desestimular o consumo de drogas entre os brasileiros ou, ainda, fazer valer as disposições legislativas que disciplinam e regulam o uso de drogas legalizadas, tais como álcool e tabaco.

O álcool, como é sabido, é droga maléfica como qualquer outra, com o diferencial de ser legalizada. Cotidianamente consumida por adolescentes e adultos, muitas vezes conduz seus adeptos à degradante situação de dependência. Assim como as demais drogas, acarreta problemas de saúde, violência, segurança pública e acidentes de trânsito, com a agravante de ser a droga mais consumida no Brasil e no mundo.

A Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD) do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, em parceria com outros órgãos e entidades atuantes, realizou o I Levantamento Nacional sobre os Padrões de Consumo de Álcool na População Brasileira, em que ficou ratificado, dentre outros dados, que o uso indevido do álcool é um dos principais fatores que contribui para a diminuição da saúde mundial, sendo responsável por 3,2% de todas as mortes e por 4% de todos os anos perdidos de vida útil. Afirma a SENAD, ainda, que esses índices, quando analisados em relação à América Latina, demonstram que o álcool assume uma importância ainda maior: cerca de 16% dos anos de vida útil perdidos neste continente estão relacionados ao uso indevido de bebidas alcoólicas, índice quatro vezes maior do que a média mundial.

Diante de tal realidade, nota-se uma amplo espectro de facilidades que são colocadas à disposição de consumidores de álcool, sendo uma delas a possibilidade de aquisição de bebidas alcoólicas através de sítios eletrônicos.

O conforto oferecido é, no mínimo, tentador. Com um singelo toque de botão o consumidor pode, hoje em dia, comprar e receber, por sistema de *delivery*, bebidas alcoólicas, nacionais ou importadas, sem precisar sair de casa.

No contexto das empresas que vendem bebidas alcoólicas ao público internauta não há, todavia, qualquer espécie de ato de fiscalização que investigue, de alguma forma, a verdadeira identidade daquele que tem acesso ao sítio para adquirir bebida alcoólica por meio de *e-commerce*. Em países desenvolvidos, a exemplo dos Estados Unidos, muitas unidades federativas possuem legislação específica que coíbe a comercialização de bebida alcoólica pela *internet*.

A oferta de bebidas alcoólicas pela *internet*, atualmente desenvolvida eletronicamente por dezenas de empresas do ramo de bebidas e redes de supermercados, facilita deveras o anonimato e, principalmente, o acesso de menores de idade aos referidos sítios eletrônicos. Malgrado alguns sítios brasileiros exigirem o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) para que a compra seja finalizada, a exigência limita-se, basicamente, à digitação do referido número como mera etapa de preenchimento de ficha cadastral. Significa dizer que menores de idade, por exemplo, que já possuem CPF, podem comprar bebidas

alcoólicas pela *internet* sem qualquer óbice ou especulação por parte da empresa vendedora.

De outra banda, correta e adequada é a Resolução nº 15, da ANVISA, de 17 de janeiro de 2003, que regulamenta disposições da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e, em seu texto, considera a rede mundial de computadores (internet) local inadequado para a venda de produtos derivados de tabaco e prevê penalidades para o seu descumprimento. Na mesma linha de pensamento, não se pode mais admitir ou justificar a comercialização de bebidas alcoólicas através de *e-commerce*.

Diante da relevância de um bem maior, que é a saúde pública, faz-se necessário o apoio dos Ilustres Pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 6 de novembro de 2007.

Deputado **JUVENIL ALVES**

Líder do PRTB

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;

II - multa;

III - apreensão de produto;

IV - inutilização de produto;

V - interdição de produto;

VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;

VII - cancelamento de registro de produto;

VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;

IX - proibição de propaganda;

** Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa;

** Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento;

** Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera.

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º -A A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

** § 1º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 20.000,00 (vinte mil reais);

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

II - nas infrações graves, de R$ 20.000,00 (vinte mil reais) a R$ 50.000,00 (cinqüenta mil reais);

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 50.000,00 (cinqüenta mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998 (DOU de 21/08/1998, em vigor desde a publicação).*

§ 1º - B. As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

** § 1º-B acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º - C. Aos valores das multas previstas nesta Lei aplicar-se á o coeficiente de atualização monetária referido no parágrafo único do art. 2º da Lei nº 6.205, de 29 de abril de 1975.

** § 1º-C acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º - D. Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator."

** § 1º-D acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

Art. 12. Os arts. 2º e 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

XII - imposição de mensagem retificadora;

XIII - suspensão de propaganda e publicidade.

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator." (NR)

"Art.10. .....

.....

V - .....

pena - advertência, proibição de propaganda, suspensão de venda, imposição de mensagem retificadora, suspensão de propaganda e publicidade e multa." (NR)

.....

XVIII - importar ou exportar, expor à venda ou entregar ao consumo produtos de interesse à saúde cujo prazo de validade tenha se expirado, ou apor-lhes novas datas, após expirado o prazo;

.....

XXVIII - .....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto, interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para o funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXIX - .....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto; suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXX - .....

pena - advertência, apreensão e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto e interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXXI - .....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou de fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento; cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXXII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por empresas administradoras de terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas à importação ou exportação, por pessoas física ou jurídica, de matérias-primas ou produtos sob vigilância sanitária:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas a estabelecimentos e às boas práticas de fabricação de matérias-primas e de produtos sob vigilância sanitária:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVI - proceder a mudança de estabelecimento de armazenagem de produto importado sob interdição, sem autorização do órgão sanitário competente:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVII - proceder a comercialização de produto importado sob interdição:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVIII - deixar de garantir, em estabelecimentos destinados à armazenagem e/ou distribuição de produtos sob vigilância sanitária, a manutenção dos padrões de identidade e qualidade de produtos importados sob interdição ou aguardando inspeção física:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXIX - interromper, suspender ou reduzir, sem justa causa, a produção ou distribuição de medicamentos de tarja vermelha, de uso continuado ou essencial à saúde do indivíduo, ou de tarja preta, provocando o desabastecimento do mercado:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;
XL - deixar de comunicar ao órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde a interrupção, suspensão ou redução da fabricação ou da distribuição dos medicamentos referidos no inciso XXXIX:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XLI - descumprir normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículo terrestres:

pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa.

....." (NR)

.....

.....

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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.

* § 2º com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001 (DOU de 24/08/2001 - em vigor desde a publicação).

* O texto anterior dizia:

"§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes."

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

RESOLUÇÃO RDC N.º 15, DE 17 DE JANEIRO DE 2003

Regulamenta disposições dadas pela Lei n.º 9.294 de 15 de julho de 1996.

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, no uso da atribuição que lhe confere o art. 11 inciso IV do Regulamento da ANVISA aprovado pelo Decreto n.º 3.029, de 16 de abril de 1999, c/c o § 1º do art. 111 do Regimento Interno aprovado pela Portaria n.º 593, de 25 de agosto de 2000, republicada no DOU de 22 de dezembro de 2000, em reunião realizada em 15 de janeiro de 2003,

considerando o disposto na Lei n.º 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que determina a regulamentação, o controle e a fiscalização dos produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública;

considerando o disposto na Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, que proíbe vender, fornecer ou entregar à criança ou ao adolescente produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica;

considerando a Internet um sistema global de rede computadores, que possibilita um intercâmbio de informações sem precedentes na história, de forma rápida, eficiente e sem limitação de fronteiras e que o público jovem a utiliza amplamente como fonte de informações e aquisição de produtos;

considerando que o objetivo de se restringir a publicidade do tabaco é reduzir a crescente experimentação de cigarros por crianças e adolescentes e o impacto do adoecimento e mortalidade que o consumo do tabaco causa;

considerando o aumento expressivo do tabagismo, que acarretou, no mundo, a perda de pelo menos 3,5 milhões de vidas em 1998, estimando-se em 10 milhões a cada ano até o ano de 2030, sendo 70% delas em países em desenvolvimento;

adotou a seguinte Resolução da Diretoria Colegiada e eu, Diretor Presidente-Substituto, determino a sua publicação:

Art. 1º Para cumprimento do artigo 3º da Lei n.º 9.294 de 15 de julho de 1996, com as alterações dadas pela Lei n.º 10.167, de 27 de dezembro de 2000, considera-se:

I- propaganda de produtos derivados do tabaco: qualquer forma de divulgação, seja por meio eletrônico, inclusive internet, por meio impresso, ou qualquer outra forma de comunicação ao público, consumidor ou não dos produtos, que promova, propague ou dissemine o produto derivado do tabaco, direta ou indiretamente, realizada pela empresa responsável pelo produto ou outra por ela contratada;

Parágrafo único. Consideram-se, inclusive, abrangidas na definição acima a divulgação de catálogos ou mostruários de produtos derivados do tabaco, tanto na forma

impressa como por meio eletrônico; a divulgação do nome de marca e elementos de marca de produto derivado do tabaco ou da empresa fabricante em produtos diferentes dos derivados do tabaco; a associação do nome de marca e elementos de marca do produto ou da empresa fabricante a nomes de marcas de produtos diferentes dos derivados do tabaco, a nomes de outras empresas ou de estabelecimentos comerciais; bem como qualquer outra forma de comunicação ou ação que promova os produtos derivados do tabaco, atraindo a atenção e o interesse da população, seja ela consumidora ou não dos produtos, e possa estimular o consumo ou a iniciação do uso.

II - parte interna do local de venda: área fisicamente delimitada localizada no interior do estabelecimento comercial e destinada à venda de produtos derivados do tabaco e seus acessórios.

Art. 2º A rede mundial de computadores (internet) não é considerada local de venda de produtos derivados de tabaco, sendo, portanto, vedada a oferta e venda de quaisquer destes produtos por este meio em todo o território nacional.

Art. 3º Fica estabelecido o prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data da publicação, para o cumprimento do disposto nesta Resolução.

Art.4º O não cumprimento aos termos desta Resolução constitui infração sanitária, sujeitando os infratores às penalidades da Lei n 6.437, de 20 de agosto de 1977 e demais disposições aplicáveis.

Art. 5º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

CLAUDIO MAIEROVITCH PESSANHA HENRIQUES

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal – Brasília – DF

(OS:17243/2007)

PROJETO DE LEI N.º 2.549, DE 2007

(Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

Restringe a venda e uso de produtos derivados do tabaco e estabelece o ressarcimento do Poder Público pelas empresas produtoras de produtos derivados de tabaco.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1° Esta lei restringe a venda e uso de produtos derivados do tabaco e estabelece o ressarcimento do Poder Público pelas empresas produtoras de produtos derivados de tabaco quando comprovado o vínculo entre o dano à saúde tratado pelo sistema de saúde e o uso dos produtos referidos.

Art. 2° Fica proibido o uso de produtos derivados do tabaco em locais fechados de uso público, como escolas, igrejas, repartições públicas, escritórios, bares, restaurantes e ginásios.

§ 1° O descumprimento do estabelecido no **caput** sujeita o infrator e o estabelecimento em que ocorra a multa de até R$ 2500,00, que será triplicada em caso de reincidência.

§ 2° O Poder Executivo determinará o que se considera locais fechados de uso público estabelecidos no **caput.**

Art. 3° Fica proibida a fabricação, instalação, operação e importação de máquinas destinadas à venda de produtos derivados de tabaco.

Parágrafo único. O descumprimento do estabelecido no caput sujeita o infrator e o estabelecimento em que ocorra a multa de até R$ 25.000,00, que será triplicada em caso de reincidência.

Art. 4° As empresas que produzam produtos derivados de tabaco deverão indenizar o Poder Público pelos gastos do Sistema Único de Saúde relacionados a doenças comprovadamente relacionadas ao uso de produtos derivados de tabaco.

Parágrafo único. A definição das doenças referidas no **caput**, a definição de valores e a forma de ressarcimento serão definidas com a participação de representantes do poder público, dos usuários do sistema de saúde e dos produtores de produtos derivados de tabaco.

Art. 5° O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei.

Art. 6° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O uso de cigarro e outros derivados de tabaco trazem comprovados males à saúde. Devido à grande escala de propagação em nossa sociedade, pode ser considerado um problema de saúde pública.

Entedemos que é preciso uma posição forte da sociedade e do poder público brasileiro nesta questão, e por isso apresentamos nesse Projeto de Lei algumas iniciativas que consideramos pertinentes e que podem ser apresentadas como um pacote anti-tabagismo. Diminuir progressivamente a presença do cigarro entre nós será um ganho para esta e as próximas gerações.

Sala das sessões, 05 de dezembro de 2007

DEP. JORGE TADEU MUDALEN
DEM/SP

PROJETO DE LEI N.º 2.658, DE 2007

(Do Sr. Vital do Rêgo Filho)

Altera a redação do caput do art. 63 da Lei de Contravenções Penais (Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941) e acrescenta parágrafo único ao mesmo artigo, nos termos desta lei.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O art. 63, *caput*, da Lei de Contravenções Penais(Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941) passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 63 – Servir, colocar à disposição ou permitir o consumo de bebidas alcoólicas:

.....

Art. 2º. Acrescente-se ao art. 63 da Lei de Contravenções Penais (Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941), o seguinte Parágrafo único:

Parágrafo único. Aplica-se ao previsto no inciso I deste artigo, o aumento da pena em dobro.

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo inadequado, excessivo e desenfreado de bebida alcoólica por menores de 18 anos tem crescido bastante em todo o território nacional e causa preocupação.

Pesquisas e estatísticas apontam graves conseqüências do consumo de bebidas alcoólicas à saúde de adolescentes. Sejam em razão de instabilidade, perturbações emocionais e orgânicas, com interferência na aprendizagem escolar e na capacidade intelectual em geral, quer por integrarem famílias com consumidores excessivos e alcooldependentes ou por integrarem grupos de amigos jovens consumidores de tais bebidas, por simples diversão, especialmente em festas e posteriormente por hábito, o que é pior. Uns se envolvem com o uso abusivo de bebida alcoólica, alegando fuga da realidade, isto é, dos problemas de relações familiares potenciadoras da violência conjugal, dos maus tratos a menores, etc.

Portanto, estamos presenciando uma juventude cada vez mais deteriorada, dependente do álcool e às vezes de outros tipos de drogas que juntos resume a vida de muitos, a viciados. Infelizmente, por este motivo, nem chegam à idade adulta. Outros até atingem o início desta faixa etária, porém morrem por excesso de uso, ou por envolvimento em brigas ou rixas de grupos de adolescentes embriagados ou drogados. Também, em decorrência do abuso de bebidas alcoólicas, que somado ao hábito, exagero e à direção de veículos automotores os leva à morte, antes dos vinte e cinco anos de idade.

Embora existam leis que delimitam uma idade mínima legal para a aquisição de bebidas alcoólicas, também deve existir sanção mais severa e medida limitadora ou impeditiva ao fácil acesso físico ao álcool, por adolescentes, nos mais

variados locais onde possam ser encontradas essas bebidas, e entregues irresponsavelmente aos menores de 18 anos, permitindo dessa forma, o seu livre consumo.

O nosso intento ao elaborar o presente projeto, é na verdade uma contribuição fundamental à luta contra o consumo excessivo e abusivo de bebidas alcoólicas por menores de 18 anos de idade.

Conseqüentemente com a diminuição do consumo extremo dessas bebidas por adolescentes, teremos no futuro bem próximo, um número bem maior de jovens saudáveis compondo a população brasileira. Deixando para trás a triste estatística de um dos países que mais tem adolescentes viciados em álcool ou que perdem as suas vidas precocemente por causa dele.

Assim sendo, solicito o apoio dos nobres Colegas Parlamentares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 18 de dezembro de 2007.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de 18 (dezoito) anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de freqüentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

Pena - prisão simples, de 10 (dez) dias a 1 (um) mês, ou multa.

§ 1° Na mesma pena incorre aquele que, embora para fins didáticos ou científicos, realiza, em lugar público ou exposto ao público, experiência dolorosa ou cruel em animal vivo.

§ 2° Aplica-se a pena com aumento de metade, se o animal é submetido a trabalho excessivo ou tratado com crueldade, em exibição ou espetáculo público.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.733, DE 2008

(Do Poder Executivo)

MENSAGEM Nº 21/2008 - Urgência (§ 1º do art. 64 da CF)
AVISO Nº 40/2008 – C. Civil

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.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4.846/94. ESCLAREÇO, POR OPORTUNO, QUE EM VIRTUDE DESTA APENSAÇÃO, O PL 4846/94, E SEUS APENSADOS, PASSARÃO A TRAMITAR NOS TERMOS DO ART. 64 DA CF. PUBLIQUE-SE.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

"Art. 1º-A Consideram-se bebidas alcoólicas, para todos os efeitos legais, as bebidas potáveis que contenham álcool em sua composição, com grau de concentração de meio grau Gay-Lussac ou mais."

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

Art. 3º Fica revogado o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Brasília,

EMI Nº 14 - GSI/MJ/MS/MEC/

Brasília, 21 de janeiro de 2008.

Excelentíssimo Senhor Presidente da República,

1. Submetemos à elevada consideração da Vossa Excelência a anexa proposta de Projeto de Lei , que tem como objetivo alterar 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.

2. Do uso social ao problemático, o álcool é a droga mais consumida no mundo. Segundo dados de 2004 da Organização Mundial de Saúde (OMS), aproximadamente 2 bilhões de pessoas consomem bebidas alcoólicas. Seu uso indevido é um dos principais fatores que contribui para a diminuição da saúde mundial, sendo responsável por 3,2% de todas as mortes e por 4% de todos os anos perdidos de vida útil.

3. O II Levantamento Domiciliar sobre o Uso de Drogas Psicotrópicas no Brasil, promovido pela Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD), em 2005, aponta que 12,3% das pessoas, com idades entre 12 e 65 anos, são portadores de alcoolismo e, cerca de 75% já beberam alguma vez na vida. Os dados também indicam o consumo de álcool em faixas etárias cada vez mais precoces e sugerem a necessidade de revisão das medidas de controle, prevenção e tratamento;

4. Em outra pesquisa realizada pela SENAD em parceria com a UNIFESP nas 27 capitais do Brasil, observou-se que 76% das crianças e adolescentes em situação de rua já havia consumido bebidas alcoólicas.

5. Outros estudos nacionais e internacionais têm demonstrado a ocorrência significativa de mortes e doenças associadas ao uso indevido de álcool. Relatos de violência

doméstica, lesões corporais, tentativas e homicídios consumados, assim como outras situações de conflitos interpessoais são cada vez mais evidentes em contextos nos quais o álcool se faz presente;

6. São de extrema relevância, também, dados do Ministério da Saúde apontando que no Brasil, triênio 1995-97, o alcoolismo ocupava o quarto lugar no grupo das doenças incapacitantes. Em 1996, a cirrose hepática de etiologia alcoólica foi a sétima maior causa de óbito na população acima de 15 anos. Os gastos públicos do Sistema Único de Saúde - SUS, com tratamento de dependentes de álcool e outras drogas em unidades extra-hospitalares, como os Centros de Atenção Psicossocial - Álcool e Drogas (CAPSad), atingiram, entre 2002 e junho de 2006, a cifra de R$ 36.887.442,95. Além disso, outros R$ 4.317.251,59 foram gastos em procedimentos hospitalares de internações relacionadas ao uso de álcool e outras drogas no mesmo período.

7. O Conselho Nacional Antidrogas - Conad, órgão superior do Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas- Sisnad instalou a Câmara Especial de Políticas Públicas sobre o Álcool - CEPPA, composta por diferentes órgãos governamentais e representantes da sociedade civil com o objetivo de discutir e propor alternativas de diminuição do impacto negativo do consumo excessivo do álcool na população. Em decorrência, o Governo Brasileiro aprovou a Política Nacional sobre o Álcool, de acordo com Decreto nº 6.117, de 22 de maio de 2007, que reflete a preocupação governamental e define as diretrizes norteadoras das ações de governo para tão importante questão. Referido Decreto vai além, e estipula um conjunto de medidas de caráter imediato para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

8. Para que a Política Nacional sobre o Álcool alcance a plenitude almejada, uma medida importante é a adequação da legislação em vigor ao item III do Anexo I do já referido Decreto nº 6.117, de 22 de maio de 2007, que a estabeleceu, o que significa a redução de treze para meio grau Gay-Lussac o teor alcoólico a partir do qual, para todos os efeitos legais, uma bebida seja considerada como alcoólica.

9. A urgência desse Projeto se dá em razão do alto índice de consumo do álcool, que causa anualmente 1,8 milhão de mortes no mundo. Além disso, os gastos em procedimentos hospitalares de internações relacionadas ao uso de álcool e outras drogas, bem como de acidentes automobilísticos decorrentes do uso de álcool, vêm aumentando sobremaneira, trazendo graves conseqüências para elaboração e implantação de políticas públicas nessa área.

10. São essas, Senhor Presidente, as razões pelas quais viemos pleitear a decisão de Vossa Excelência pelo envio da proposta de Projeto de Lei anexa, preferencialmente nos termos do art. 64, § 1º da Constituição da República.

Respeitosamente,

Assinado por: Jorge Armando Felix, Tarso Genro, José Gomes Temporão e Fernando Haddad

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

.....

.....

DECRETO Nº 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea "a", da Constituição,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de

álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2° A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

.....

ANEXO I
POLÍTICA NACIONAL SOBRE O ÁLCOOL

I - OBJETIVO

1. A Política Nacional sobre o Álcool contém princípios fundamentais à sustentação de estratégias para o enfrentamento coletivo dos problemas relacionados ao consumo de álcool, contemplando a intersetorialidade e a integralidade de ações para a redução dos danos sociais, à saúde e à vida causados pelo consumo desta substância, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

II - DA INFORMAÇÃO E PROTEÇÃO DA POPULAÇÃO QUANTO AO CONSUMO DO ÁLCOOL

2. O acesso e recebimento de informações sobre os efeitos do uso prejudicial de álcool e sobre a possibilidade de modificação dos padrões de consumo, e de orientações voltadas para o seu uso responsável, é direito de todos os consumidores.

3. Compete ao Governo, com a colaboração da sociedade, a proteção dos segmentos populacionais vulneráveis ao consumo prejudicial e ao desenvolvimento de hábito e dependência de álcool.

4. Compete ao Governo, com a colaboração da sociedade, a adoção de medidas discutidas democraticamente que atenuem e previnam os danos resultantes do consumo de álcool em situações específicas como transportes, ambientes de trabalho, eventos de massa e em contextos de maior vulnerabilidade.

III - DO CONCEITO DE BEBIDA ALCOÓLICA

5. Para os efeitos desta Política, é considerada bebida alcoólica aquela que contiver 0.5 grau Gay-Lussac ou mais de concentração, incluindo-se aí bebidas destiladas, fermentadas e outras preparações, como a mistura de refrigerantes e destilados, além de preparações farmacêuticas que contenham teor alcoólico igual ou acima de 0.5 grau Gay-Lussac.

IV - DIRETRIZES

6. São diretrizes da Política Nacional sobre o Álcool:

1 - promover a interação entre Governo e sociedade, em todos os seus segmentos, com ênfase na saúde pública, educação, segurança, setor produtivo, comércio, serviços e organizações não-governamentais;

2 - estabelecer ações descentralizadas e autônomas de gestão eexecução nas esferas federal, estadual, municipal e distrital;

3 - estimular para que as instâncias de controle social dos âmbitos federal, estadual, municipal e distrital observem, no limite de suas competências, seu papel de articulador dos diversos segmentos envolvidos;

4 - utilizar a lógica ampliada do conceito de redução de danos como referencial para as ações políticas, educativas, terapêuticas e preventivas relativas ao uso de álcool, em todos os níveis de governo;

5 - considerar como conceito de redução de danos, para efeitos desta Política, o conjunto estratégico de medidas de saúde pública voltadas para minimizar os riscos à saúde e à vida, decorrentes do consumo de álcool;
6 - ampliar e fortalecer as redes locais de atenção integral às pessoas que apresentam problemas decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas, no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS);
7 - estimular que a rede local de cuidados tenha inserção e atuação comunitárias, seja multicêntrica, comunicável e acessível aos usuários, devendo contemplar, em seu planejamento e funcionamento, as lógicas de território e de redução de danos;
8 - promover programas de formação específica para os trabalhadores de saúde que atuam na rede de atenção integral a usuários de álcool do SUS;
9 - regulamentar a formação de técnicos para a atuação em unidades de cuidados que não sejam componentes da rede SUS;
10 - promover ações de comunicação, educação e informação relativas às conseqüências do uso do álcool;
11 - promover e facilitar o acesso da população a alternativas culturais e de lazer que possam constituir alternativas de estilo de vida que não considerem o consumo de álcool;
12 - incentivar a regulamentação, o monitoramento e a fiscalização da propaganda e publicidade de bebidas alcoólicas, de modo a proteger segmentos populacionais vulneráveis ao consumo de álcool em face do hiato existente entre as práticas de comunicação e a realidade epidemiológica evidenciada no País;
13 - estimular e fomentar medidas que restrinjam, espacial e temporalmente, os pontos de venda e consumo de bebidas alcoólicas, observando os contextos de maior vulnerabilidade às situações de violência e danos sociais;
14 - incentivar a exposição para venda de bebidas alcoólicas em locais específicos e isolados das distribuidoras, supermercados e atacadistas;
15 - fortalecer sistematicamente a fiscalização das medidas previstas em lei que visam coibir a associação entre o consumo de álcool e o ato de dirigir;
16 - fortalecer medidas de fiscalização para o controle da venda de bebidas alcoólicas a pessoas que apresentem sintomas de embriaguez;
17 - estimular a inclusão de ações de prevenção ao uso de bebidas alcoólicas nas instituições de ensino, em especial nos níveis fundamental e médio;
18 - privilegiar as iniciativas de prevenção ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas nos ambientes de trabalho;
19 - fomentar o desenvolvimento de tecnologia e pesquisa científicas relacionadas aos danos sociais e à saúde decorrentes do consumo de álcool e a interação das instituições de ensino e pesquisa com serviços sociais, de saúde, e de segurança pública;
20 - criar mecanismos que permitam a avaliação do impacto das ações propostas e implementadas pelos executores desta Política.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.746, DE 2008

(Do Sr. Vital do Rêgo Filho)

Determina aos proprietários ou responsáveis pelos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, a adoção de providências para cumprimento estrito do disposto no inciso II, do art. 81, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1016/2007.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Os proprietários ou responsáveis pelos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, deverão nos termos desta lei, afixar aviso em local de fácil acesso ao público, a seguinte informação:

§ 1º. É proibida a venda de bebida alcoólica ao menor de 18 anos, mencionando o dispositivo legal aplicado: inciso II, do art. 81, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Parágrafo único. Entende-se estabelecimento para os fins desta lei, restaurantes, bares, lanchonetes, quiosques ou outros afins.

Art. 2º É obrigatória a apresentação da cédula de identidade ou documento equivalente, para a compra ou consumo de bebida alcoólica nos locais especificados no Parágrafo único do artigo antecedente.

Art. 3º O não cumprimento do previsto nesta lei implicará ao proprietário ou responsável pelo estabelecimento:

Pena - prisão simples, de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Parágrafo único. Aplica-se o aumento da pena em dobro, a partir da segunda autuação.

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

JUSTIFICAÇÃO

É comum encontrarmos jovens eufóricos, falantes, empolgados

consumindo bebidas alcoólicas em determinados locais públicos à luz do dia e grupos ainda maiores à noite. Esta é uma realidade cristalina.

As autoridades policiais afirmem que fazem fiscalizações constantes e campanhas para "barrar" a venda da "droga legalizada" à crianças e adolescentes.

Segundo dados de conhecimento notório em todo o país, atos infracionais de maior gravidade – homicídios, assaltos, acidentes de trânsito e latrocínios – envolvendo menores de 18 anos, destes, cerca de 80% dos casos ocorrem por causa da embriaguez.

O Estatuto da Criança e do Adolescente proíbe expressamente a venda de bebidas alcoólicas à criança ou ao adolescente no artigo 81, inciso II, prevendo, inclusive, punição ao comerciante que desrespeitar a lei. Segundo o 1º Levantamento Nacional sobre Padrões de Consumo de Álcool na População Brasileira, realizado pela Secretaria Nacional Antidrogas, 95% dos entrevistados jovens disseram que "deveria haver um aumento na fiscalização dos comerciantes em relação à venda de bebidas alcoólicas para menores de idade".

A responsabilidade e o cuidado de manter a criança, e em especial, o adolescente longe do alcance de bebidas alcoólicas devem ser compartilhados, primeiro pela família, depois pelo Estado, e enfim, pela sociedade como um todo, coibindo essa prática que tem trazido transtornos à vida dos menores.

Assim sendo, solicito o apoio dos nobres Colegas Parlamentares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 11 de fevereiro de 2008.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

LIVRO I
PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:
I - armas, munições e explosivos;
II - bebidas alcoólicas;
III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V - revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.760, DE 2008

(Do Sr. Eduardo da Fonte)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que trata da propaganda de cigarros e bebidas alcoólicas, entre outros, para dispor sobre a divulgação desses produtos ao longo das rodovias federais.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivo na 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 tratar da divulgação do cigarro e bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais.

Art. 2º Acrescente-se o seguinte art. 3º-D na 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":

Art. 3º-D É proibida a propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais, exceto para divulgar os seus malefícios à saúde humana ou relacionar o seu uso a incêndios e acidentes de trânsito.

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

JUSTIFICAÇÃO

O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que trata, entre outros aspectos, da propaganda de cigarros e bebidas alcoólicas, determina que a divulgação comercial desses produtos restrinja-se a pôsteres, painéis e cartazes dispostos na área interna dos locais de venda.

De plano, a proibição de se veicular mensagens ao longo das rodovias federais está coberta pela lei, que não contempla, no entanto, a divulgação dos malefícios causados pelos referidos produtos. Diante dessa constatação, optamos por apresentar este projeto de lei, que além de especificar a proibição referida, incentiva a divulgação dos males causados pelos produtos assinalados à saúde do ser humano e outras conseqüências como incêndios devidos a cigarros lançados acesos nas margens das rodovias, que muito freqüentemente têm causado danos ao meio ambiente, bem como acidentes de trânsito.

Nas pesquisas das causas dos acidentes de trânsito, o consumo de álcool ocupa um lugar relevante, que precisa ser descartado. Pela repetição, teor da informação e localização apropriada, a difusão de mensagens ao longo das rodovias mostrando os danos provocados pela ingestão de bebidas alcoólicas tem efeito direto sobre o condutor, podendo modificar o seu padrão de comportamento anti-social. Afinal, o ato de dirigir tem repercussões no ambiente comunitário e a condução perigosa sob o efeito do álcool pode ter desdobramentos indesejáveis.

Considerando o alcance social da proposta e sua contribuição para a segurança do trânsito, contamos com o apoio dos nossos Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 12 de fevereiro de 2008.

Deputado EDUARDO DA FONTE

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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 estimulo 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 Nº 9.294, DE 15 DE JUNHO 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.

.....

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última

hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde."

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

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. 3ºC, 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. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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".

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º. Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º. Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º. O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

.....

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9° e 10 do Decreto-Lei n° 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4° do Decreto-Lei n° 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3° da Lei n° 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5°, os incisos XI, XII e XIII do art. 7°, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei n° 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180° da Independência e 113° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

PROJETO DE LEI N.º 2.833, DE 2008

(Do Sr. Geraldo Pudim)

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal a fim de instituir a proibição total de fumar em recintos coletivos.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2035/2007.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

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

"*Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público.* (NR)

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

de teatro e cinema, casas de espetáculos, bares, restaurantes e qualquer local fechado destinado à utilização simultânea por várias pessoas. (NR)

.....

§ 3° Fica proibida a instalação de áreas isoladas destinadas aos fumantes nos recintos especificados no § 1° deste artigo."

Art. 2 Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco foi assinada pelo Brasil em junho de 2003, aprovada pela Câmara dos Deputados em maio de 2004, aprovada pelo Senado Federal em outubro de 2005 e promulgada, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 2005.

A Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco – CONICQ (órgão internacional formado pelos países que ratificaram essa convenção) recomendou o alinhamento das legislações nacionais às diretrizes de proibição total de fumar em ambientes públicos fechados, aprovadas pela Conferência das Partes da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (COP) na sua segunda sessão, em julho de 2007.

A proposição que se apresenta visa adotar essa proibição em nosso País, em função da gravidade dos riscos do tabagismo, que gera entre fumantes e não-fumantes (devido ao "tabagismo passivo") doenças graves e fatais, tais como câncer de pulmão, doenças cardiovasculares e doenças respiratórias. O projeto também se justifica pela inexistência de sistemas de ventilação eficientes para reduzir a exposição e os riscos causados pela fumaça ambiental de tabaco.

Para que a proibição total de fumar em recintos coletivos seja efetivada é necessário alterar a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, pois o seu art. 2° permite o uso de produtos fumígeros "em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente". Desse modo, o projeto que se apresenta excluiu tal possibilidade. Também se atualizou a definição de recinto coletivo, conforme entendimento expresso no Decreto n° 2.018, de 1º de outubro de 1996.

Ao ratificar a Convenção-Quadro, o Brasil assumiu o compromisso de adotar melhores práticas de saúde pública para proteger a população dos danos causados

pelo tabagismo. Diante da relevância desse tema, solicito o apoio dos ilustres Pares para aprovar a proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 18 de fevereiro de 2008.

Deputado GERALDO PUDIM

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.

§ 1° 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. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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 estimulo 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 Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação O Ministério da Saúde Adverte:

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de

1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

Faço saber que o Congresso Nacional aprovou, e eu, Renan Calheiros, Presidente do Senado Federal, nos termos do art. 48, inciso XXVIII, do Regimento Interno, promulgo o seguinte

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1.012, DE 2005

Aprova o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica aprovado o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

Parágrafo único. Ficam sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão dos termos da referida Convenção, bem como quaisquer ajustes complementares que, nos termos do inciso I do art. 49 da Constituição Federal, acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 27 de outubro de 2005

Senador Renan Calheiros
Presidente do Senado Federal

DECRETO Nº 2.018, DE 1º DE OUTUBRO DE 1996

Regulamenta a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebibas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,

DECRETA:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto são adotadas as seguintes definições:

I - RECINTO COLETIVO: local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares. São excluídos do conceito os locais abertos ou ao ar livre, ainda que cercados ou de qualquer forma delimitados em seus contornos;

II - RECINTOS DE TRABALHO COLETIVO: as áreas fechadas, em qualquer local de trabalho, destinadas a utilização simultânea por várias pessoas que nela exerçam, de forma permanente, suas atividades;

III - AERONAVES E VEÍCULOS DE TRANSPORTE COLETIVO: aeronaves e veículos como tal definidos na legislação pertinente, utilizados no transporte de passageiros, mesmo sob forma não remunerada.

IV - ÁREA DEVIDAMENTE ISOLADA E DESTINADA EXCLUSIVAMENTE A ESSE FIM: a área que no recinto coletivo for exclusivamente destinada aos fumantes, separada da destinada aos não-fumantes por qualquer meio ou recurso eficiente que impeça a transposição da fumaça.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.840, DE 2008

(Do Sr. Ricardo Izar)

Modifica e suprime dispositivos da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, restringindo a propaganda de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

I – O artigo 3º passa a vigorar com a redação abaixo:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, bem como das bebidas alcoólicas, só poderá ser realizada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda." (NR)

II – O caput do artigo 3º-A passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 3º desta Lei:

....." (NR)

III – Fica suprimido o artigo 4º. "

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Dados estatísticos bastante recentes, divulgados pela Polícia Rodoviária Federal, mostram que mais de meio milhão de pessoas já se envolveram em acidentes de trânsito, em 2007. Desse meio milhão, cerca de 85.000 cidadãos

foram colhidos pela morte ou por lesões corporais. Dados de outras fontes, de 2005, já situam em um milhão os acidentes de trânsito, ceifando cerca de 180 vidas por dia, segundo o Professor José Mauro Braz, médico da Universidade do Rio de Janeiro. Em suas palestras, assevera a autoridade que em cerca de 75% dos acidentes de trânsito no país, com vítimas fatais, existe um motorista alcoolizado envolvido. O Brasil está no topo da lista dos países com maior número de acidentes de trânsito no mundo.

Nem precisaríamos coletar esses dados, senhores deputados, quando sabemos da macabra realidade do país em matéria de acidentes de trânsito. É também inequívoco o efeito deletério da combinação de bebidas alcoólicas com o volante, produzindo tragédias que vitimizam famílias inteiras – basta assistir aos noticiários diários, ler jornais, revistas, observar ao redor de si.

Outro grande mal que vem sendo combatido institucionalmente em nosso país é a questão dos cigarros. Para os produtos fumígeros, é proibida a propaganda de seu consumo, contingenciada esta apenas ao interior dos pontos de venda, em pôsteres e cartazes. O fumante provoca um grande mal, isso é indiscutível. Mal para si próprio, de preferência, para não no adentrarmos na polêmica do fumante passivo. Já o motorista embriagado, este representa uma ameaça real à sociedade civil por inteiro, provocando mais mortes e tragédias que o vício do fumo.

Por outro lado, temos visto uma escalada surpreendente de propaganda de bebidas alcoólicas, principalmente cervejas, em horários vulneráveis das emissoras de rádio e TV, nos filmetes que antecedem a apresentação dos filmes, nos cinemas, em diversas outras formas, num incentivo explícito ao consumo desenfreado de bebidas, afetando diretamente a nossa juventude, mais passível à influência da mídia. Cresce assustadoramente a participação de nossos jovens no consumo de bebidas alcoólicas, com todas as conseqüências deletérias que isso traz para o futuro de nosso país.

Entendemos, assim, de restringir a publicidade das bebidas alcoólicas ao mesmo espaço permitido aos produtos fumígeros. Isso, certamente, até mesmo mais que a economia de vidas associada ao controle do tabagismo, poderá evitar dezenas de milhares de mortes de inocentes, em nossas estradas e nas zonas

urbanas, além de proteger nossos futuros cidadãos de um vício que, sabemos nós, causa dependência e preocupa toda a sociedade brasileira mais madura e consciente.

Sala das Sessões, em 19 de dezembro de 2008.

RICARDO IZAR
Deputado Federal

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 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. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2° A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

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

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

§ 1° 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.

** § 1° acrescido pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

§ 2° É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1°, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2° do art. 3°C, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2° acrescido pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.164, DE 2008

(Do Sr. Geraldo Pudim)

Altera a redação da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, a qual 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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera a redação da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, a qual 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.

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

Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a meio grau Gay Lussac.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Muito embora a Lei nº 9.294, de 1996, tenha criado uma série de restrições no tangente à veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas, pode-se verificar que, a despeito da proibição de de associar-se as bebidas alcoólicas a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas, as propagandas sempre contam com a participação de atores reconhecidos, alguns como símbolos sexuais, dos meios de comunicação da atualidade. Essa prática claramente fere o disposto no § 1ºdo art. 4º da Lei supramencionada.

Pesquisas recentes demonstram que o uso de bebidas alcoólicas vem crescendo entre crianças e adolescentes. É sabido que a veiculação de propagandas desses produtos funcionam como forte indutor ao consumo dos mesmos. Dessa forma venho apresentar este Projeto de Lei cujo único objetivo é o de contribuir para uma juventude mais saudável. Ao propor a redução do teor alcoólico mínimo para a caracterização do que seja bebida alcoólica, impede-se também a veiculação de algumas propagandas.

Sala de Sessões, 1° de abril de 2008.

GERALDO PUDIM
Deputado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI N° 9.294, DE 15 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1° 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 § 4° 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. 2° É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

.....

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

§ 1° As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

.....

.....

Emenda Aditiva e Modificativa **Nº 01**

Projeto de Lei Nº. 4.846 de 1994

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

Emenda Modificativa

Altere-se o Art. 1°, § 4° que passa a ter a seguinte forma:

§ 4°. "A publicidade comercial de bebidas alcoólicas em todas as plataformas de comunicação social eletrônica, exceto em radiodifusão sonora, somente poderá ser realizada entre 21 h e 06 h.

Justificativa

Optamos pela extensão da restrição de faixa horária para exibição de publicidade de bebidas alcoólicas aos demais veículos de comunicação social eletrônica por questão de coerência e de isonomia.

Excluímos a radiodifusão sonora uma vez que a mesma já se encontra naturalmente restrita em virtude de tratar-se de meio de comunicação sem apelo audiovisual.

Brasília, 12 de fevereiro de 2008.

MAURO BENEVDIDES
Deputado Federal - PMDB/CE

Emenda Modificativa Nº 02

(Do Sr. Mendes Ribeiro Filho)

Altere-se o Art. 1°, § 4° que passa a ter a seguinte forma:

"§ 4°. "A publicidade comercial de bebidas alcoólicas em todas as plataformas de comunicação social eletrônica, exceto em radiodifusão sonora, somente poderá ser realizada entre 21h e 06h, sendo no entanto admitidas, em qualquer horário, inserções de chamadas e de patrocínio de eventos e de sua transmissão, com exibição de marca e slogan".

JUSTIFICATIVA

Optamos pela extensão da restrição de faixa horária para exibição de publicidade de bebidas alcoólicas aos demais veículos de comunicação social eletrônica por questão de coerência e de isonomia, admitindo apenas a inserção de marca e slogan em chamadas e no patrocínio de eventos.

Excluímos a radiodifusão sonora uma vez que a mesma já se encontra naturalmente restrita em virtude de tratar-se de meio de comunicação sem apelo audiovisual.

Sala da Comissão, 12 de fevereiro de 2008.

Deputado MENDES RIBEIRO FILHO
Vice-Líder PMDB

Emenda Modificativa Nº 03

(Do Sr. Mendes Ribeiro Filho)

Altere-se a redação do artigo 1º, § 4º conforme o texto abaixo:

§ 4º "Somente será permitida a publicidade comercial de bebidas alcoólicas, com grau de concentração superior a treze graus Gay-Lussac, através de qualquer plataforma de comunicação eletrônica, entre as vinte e uma horas e seis horas".

JUSTIFICATIVA

Ao Governo compete a responsabilidade propor e executar as Políticas Públicas de Saúde, de largo espectro, que contemplem entre outros o combate ao consumo nocivo de álcool pela sociedade e que envolvem medidas principalmente educacionais e que não têm pontos de tangência com as questões da propaganda .comercial do produto

Aliás, no que diz respeito à publicidade é de amplo conhecimento que diversos e respeitados estudos, nacionais e internacionais, indicam claramente que a mesma não altera o volume consumido, prestando-se apenas para o posicionamento de marcas, qualificando-as.

Ademais é igualmente conhecido que o atual Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – Conar conta em seu Código, no que tange à publicidade de bebidas alcoólicas, com medidas altamente restritivas, seguidas fielmente e com grande sucesso tanto por veículos quanto por anunciantes.

Nesse sentido, optamos pela manutenção dos atuais parâmetros estabelecidos, que limitam a publicidade, entre 21h e 06h, de bebidas com teor alcoólico superior a 13 º Gay-Lussac,

estendendo-o para a totalidade das plataformas de comunicação social eletrônica, tais como telefones celulares e a rede mundial de computadores..

Brasília, 14 de fevereiro de 2008.

Deputado MENDES RIBEIRO FILHO
Vice-Líder do PMDB

Emenda Aditiva Nº 04
(Do Sr. Mendes Ribeiro Filho)

Inclua-se um novo artigo com a seguinte redação 1°, renumerando os demais:

Art 1° "Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito das Políticas Públicas de Saúde, as bebidas potáveis que contenham álcool em sua composição, com grau de concentração de meio grau Gay-Lussac ou mais".

JUSTIFICATIVA

As discussões acerca de bebidas alcoólicas são milenares e seu consumo faz parte da Humanidade.

Embora não pairem dúvidas de que utilização nociva e exagerada deva ser combatida, também não pairam dúvidas de que o consumo moderado e responsável possa ser encarado como fonte de satisfação, sem qualquer comprometimento social.

Assim sendo, acreditamos ser imperativa a necessidade de que desmistifique o tema e que se dissociem dados de realidade, de posicionamentos desprovidos de base científica.

Nesse sentido é preciso que a questão do consumo de bebidas alcoólicas seja compreendida através de dois prismas:

A responsabilidade de Governo pelo estabelecimento de Políticas Públicas de Saúde, de largo espectro, que contemplem entre outros o combate ao consumo nocivo de álcool pela sociedade e que envolvem medidas principalmente educacionais.

O papel da publicidade no consumo de bebidas alcoólicas.

Optamos, portanto pela definição de bebida alcoólica, como bebida potável com teor de 0,5 ° Gay-Lussac, ou maior, exclusivamente para efeito do estabelecimento de Políticas Públicas de Saúde.

Brasília, 14 de fevereiro de 2008

Deputado MENDES RIBEIRO FILHO
Vice-Líder do PMDB

EMENDA Nº 05
(Da Senhora Deputada Gorete Pereira)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008
(Do Poder Executivo)

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.

EMENDA MODIFICATIVA

Artigo 1° O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 6,5 % (seis e meio por cento) em volume de álcool."

Artigo 2º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificação

A emenda que propomos busca garantir o direito a publicidade do vinho, um produto que se consumido moderadamente tem benefícios claros a saúde.

Várias pesquisas científicas demonstram que o uso moderado de álcool em especial vinho tinto (até 2 doses por dia para homens e 1 dose para mulheres) traz benefícios cardiovasculares diminuindo risco de doenças coronarianas. Evidências biológicas constatam o aumento nos níveis de HDL ("colesterol bom"). Há uma série de fatores associados como, por exemplo, hábitos alimentares, o tabagismo e o estilo de vida que podem interferir na interpretação desses resultados.

Em estudo sobre o assunto (Ref: "Wine preference and related health determinants in a U.S. national sample of young adults" - Autores: Mallie Paschall, Robert I. Lipton - Fonte: Drug and Alcohol Dependence, (78): 339–344, 2005), que acompanhou 12.958 jovens adultos por um período de 7 anos, buscou-se averiguar a relação entre consumo de álcool, tipo de bebida consumida, índice de massa corporal (IMC), tabagismo, escolaridade, problemas relacionados ao uso de álcool (vômitos, ressaca e envolvimento em brigas), hábitos alimentares, prática de exercícios e manifestação de sintomas depressivos.

Ao se comparar os consumidores de vinho em relação a outras bebidas, ficou evidente que no primeiro grupo havia porcentagem maior de peso corpóreo adequado, hábitos alimentares mais saudáveis e um menor consumo de cigarros.

Além disso, houve maior menção ao uso moderado do álcool. Constatou-se haver na amostra uma convergência de indicadores positivos de saúde associados com o uso de vinho, que possivelmente exacerba os efeitos benéficos do uso moderado dessa bebida.

Sala das Comissões, de fevereiro de 2008.

Gorete Pereira
Deputada Federal – PR/CE

LÍDER

PT

Vice líder - PR

JOSÉ CARLOS ARAÚJO

MAURO BENEVIDES.

EMENDA Nº 06

(Do Senhor Deputado Nelson Marquezelli)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008
(Do Poder Executivo)

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.

EMENDA MODIFICATIVA

Artigo 1º O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 5,5 % (cinco e meio por cento) em volume de álcool."

Artigo 2º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificação

A alteração da redação do atual parágrafo único se impõe pois é tradicional no Brasil a definição de bebida alcoólica conforme consta do artigo 10 do Decreto 2314/1997 , que regula a lei de bebidas. Ou seja, bebidas com mais de 0,5% de álcool em volume de álcool são alcoólicas.

A ressalva às bebidas de baixo teor alcoólico se aplicam em importantes países do mundo, que sempre incluem á cerveja nestas exceções, tais como :

Estados Unidos : A lei seca Americana deve seu fim através da Cullen Harrison Act que passou a classificar a cerveja de 4% de teor alcoólico como bebida não intoxicante.

Na Itália : Lei aprovada em agosto/90 proíbe que programas de rádio e telkevisão sejam patrocinados por bebidas com mais de 21% de teor alcoólico.

Bélgica: A legislação belga proíbe o consumo de bebidas alcoólicas que contenham mais que 6% de teor alcoólico, nos ambientes profissionais (escritórios e fábricas).

Na Espanha: Há restrições para as bebidas alcoólicas com mais de 20% de teor alcoólico para fazerem propaganda na televisão.

No México: Bebidas com teor alcoólico entre 0,5% e 7% de teor alcoólico, são consideradas bebidas de baixo teor alcoólico .Estas pagam o imposto especial reduzido além de enfrentarem menos restrições para a veiculação de suas mensagens publicitárias.

Vários estudos demonstram que a cerveja, desde que bebida com moderação, e consumida por adultos, apresenta características de ser melhor tolerada pelo organismo humano , por suas características físico-químicas.

O departamento de agricultura dos Estados Unidos comprovou que as cervejas apresentam melhor característica nutricional que os vinhos e que os destilados em geral (vide anexo)

Entendemos que a cerveja , por ser um produto de baixo teor alcoólico e pelas suas características como alimento (assim classificada pela legislação federal) deva ter tratamento diferenciado das demais bebidas alcoólicas, permanecendo a propaganda a cerveja unicamente regulada pelo Código do CONAR

Sala das Comissões, __ de _____ de _____.

Nelson Marquezelli
Deputado Federal – PTB/SP

Líder do Governo

Dep. Zenaldo Coutinho
Líder da Minoria

Líder do PMDB

Líder do PT

Líder do PFL

Líder do PSDB

Líder do PP

Líder do PPS

Líder do PR

Líder do PcdoB

Líder do PSB

Líder do PV

Líder do PDT

Líder do PSC

Líder do PTB

Representando o PtdoB

Representando o PSOL

EMENDA Nº 07

(do Senhor Deputado Nelson Marquezelli)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008

(Do Poder Executivo)

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.

EMENDA SUBSTITUTIVA

Artigo 1º O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 0,5 % (meio por cento) em volume de Álcool."

Artigo 2º O artigo 5º da Lei 9294/96 passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 5º A propaganda comercial, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que a audiência do programa no qual será veiculado o anúncio seja composto, majoritariamente, por maiores de idade.

§ 1º A propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares poderá ser feita desde que identificada apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 2º Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

Artigo 3º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificativa

O PL 2733 de 2008, apresentado pelo Governo Federal, provoca a meritória alteração da regra prevista na Lei 9294 que considera bebidas alcoólicas somente aquelas com teor alcoólico igual ou superior a 13º Gay Lussac.

É uma alteração meritória pois sujeita as cervejas, as chamadas "Ices" e alguns vinhos às regras de há muito vigente para as demais bebidas alcoólicas.

As emendas substitutivas ora sugeridas preservam a idéia pretendida pelo Governo, pois defendem a extinção da distinção dos 13º hoje válida por conta do parágrafo único do artigo 1º da Lei 9294.

A inovação consiste exatamente em alterar o artigo 5º da Lei 9294, assegurando que os anúncios de bebidas alcoólicas, independente do horário em que sejam veiculados, tenham como público alvo os maires de idade.

Entendemos que esse é melhor caminho de mater os nossos jovens longe da influência exercida pelos anúncios de bebidas alcoólicas.

Sala das Comissões, __ de _____ de _____.

Nelson Marquezelli
Deputado Federal – PTB/SP

Líder do Governo

Dep. Zenaldo Coutinho
Líder da Minoria

Líder do PMDB

Líder do PT

Líder do PFL

Líder do PSDB

Líder do PP

Líder do PPS

Líder do PR

Líder do PcdoB

Líder do PSB

Líder do PV

Líder do PDT

Líder do PSC

Líder do PTB

Representando o PtdoB

Representando o PSOL

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal – Brasília – DF

(OS:12410/2008)

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº 229, DE 1999
(DO SR. BISPO WANDERVAL)

Dispõe sobre a proibição de consumo de bebidas alcoólicas em vôos nacionais e internacionais de empresas brasileiras.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.210, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica proibido o fornecimento e consumo de bebidas alcoólicas nos vôos nacionais e internacionais de empresas brasileiras.

Art. 2º Os passageiros que desrespeitarem esta Lei serão detidos pela polícia federal e multados em 03 (três) salários mínimos.

Art. 3º Esta Lei será regulamentada pelo Poder Executivo no prazo de 90 dias a partir de sua publicação.

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

Justificativa

A presente proposta tem como objetivo evitar situações desagradáveis nos vôos domésticos, nacionais e internacionais, criadas por pessoas que se embriagam durante a viagem. De acordo com informação publicada em nota de um jornal local, segundo o SNEA – Sindicato Nacional das Empresas Aéreas, mais de 50% dos problemas a bordo são causados por passageiros alcoolizados. Um copo de uísque a 30 mil pés de altura equivale a 3 copos, porque a pressão potencializa o efeito do álcool no organismo, esta informação foi fornecida pela coordenação de segurança de vôo.

Apesar de ser um problema tão sério e grave, ainda hoje não há medida que proíba o consumo de bebida alcoólica nos vôos, e após os diversos fatos amplamente divulgados pela imprensa, envolvendo passageiros que, alcoolizados, causaram sérios problemas à tripulação e constrangimento aos demais passageiros, é imprescindível que se proponha alguma medida eficaz.

Nesse sentido, conclamo os nobres Pares a apoiar o presente projeto de lei, aprovando a presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 09 de março de 1999.

09/03/99

Deputado Bispo Wanderval
(PL-SP)

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI
Nº 5.200, DE 2001

(Do Sr. Kincas Mattos)

Dispõe sobre restrições ao uso de bebidas alcoólicas em aeronaves.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3210, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Fica proibido o uso de bebidas alcóolicas em aeronaves de vôos comerciais.

Art. 2º - Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;
II - apreensão do produto;
III - multa de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator.

§ 1º - As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º - Compete ao órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa aplicar as sanções previstas neste artigo.

Art. 3º - O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

Não há dúvidas que a ingestão moderada do álcool, pode até ser benéfica à saúde, diminuindo a formação das chamadas lipoproteínas de alta densidade e contribuindo para reduzir o risco do infarto do miocárdio. Sem falar da herança histórica, por exemplo, do vinho que, ainda hoje, é produto alimentício cotidiano em diversos países da Europa, geralmente sem provocar danos à saúde. Pelo outro lado, é inquestionável seus malefícios físicos e provocadores de doenças mortais, como também seus efeitos negativos no comportamento social ou intelectual dos que o utilizam; que é especificamente do que aqui queremos tratar.

Está constatado o crescimento de incidentes em aeronaves envolvendo passageiros violentos, tendo como causa o consumo de bebidas alcóolicas. Na sua edição do dia 11 de julho deste ano, a revista Veja registra que "o CAA, órgão responsável pela aviação civil na Inglaterra, decidiu endurecer com os baderneiros aéreos. Ao pesquisar as causas dos incidentes, descobriu que 64 % dos casos são provocados por pessoas alcoolizadas". São situações que podem representar desde risco para o vôo, até prejuízos financeiros para a empresa e físicos e morais para os passageiros e tripulantes.

Em episódio recente, ocorrido em um vôo da Varig - para citar apenas este caso, cujo protagonista foi um brasileiro alcoolizado, estima-se que a empresa tenha gasto em torno de 100.000 dólares para remediar o estrago. Segundo ainda a mesma revista, o avião "teve de jogar no mar 60.000 litros de combustível para poder aterrisar em Belém, onde o rapaz poderia receber tratamento médico. Custo: 16.000 dólares. Por causa do atraso na chegada, a Varig foi obrigada a providenciar novos vôos, hotel, alimentação e transporte para quem perdeu conexões", além de ter de pagar hora extra aos tripulantes.

É uma constatação científica que, no interior das aeronaves, a absorção de bebidas alcóolicas pelo organismo humano é maior e seu efeito, potencializado, é o que afirma o presidente da Sociedade Brasileira da Medicina Aeroespacial.

Por estas razões, tenho a certeza de contar com meus pares no sentido de adotarmos medidas preventivas de proteção material e, sobretudo, humano.

Sala das Sessões, em 22/09 de 2001

Deputado KINCAS MATTOS

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI
N.º 6.206, DE 2002

(Do Sr. Lincoln Portela)

Altera a Lei n. 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", para proibir o uso de bebidas alcoólicas nos veículos de transporte coletivo.

(APENSE-SE AO PL-3210/1997.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta dispositivo à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", para proibir o uso de bebidas alcoólicas nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo de passageiros.

Art. 2º A Lei nº 9.294/96 passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 4º-A:

"Art. 4º-A É vedado o consumo de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo de passageiros.

"Parágrafo único. A proibição de que trata o caput aplica-se igualmente às bebidas servidas pela empresa prestadora do serviço de transporte e às bebidas eventualmente conduzidas pelos passageiros."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representa um enorme avanço no sentido da contenção do uso de produtos fumígenos e bebidas alcoólicas, produtos reconhecidamente prejudiciais à saúde das pessoas. A referida norma legal proíbe o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno em locais fechados, públicos ou privados, bem como nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. Em outra frente de atuação, restringe a propaganda desses produtos e de bebidas alcoólicas, como forma de minimizar seu efeito sedutor sobre os mais jovens. Finalizando, o texto elenca uma série de penalidades a serem impostas àqueles que descumprirem a lei.

Inexplicavelmente, no entanto, o legislador não estendeu ao consumo de bebidas alcoólicas a mesma proibição imposta ao uso de produtos fumígenos em veículos de transporte coletivo de passageiros. Esse fato, ao nosso ver, é pernicioso. O consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo, como os ônibus urbanos, intermunicipais, interestaduais e internacionais de passageiros, é responsável por incidentes que, além do constrangimento causado aos demais passageiros, chega a por em risco a segurança da viagem.

Passageiros que se embriagam no decorrer da viagem agem com desrespeito em relação aos demais passageiros e aos tripulantes do veículo, chegando, muitas vezes, a protagonizarem cenas de agressão física. No caso do transporte aéreo, além dos transtornos a bordo, a aeronave geralmente precisa fazer escalas não previstas para desembarcar o passageiro embriagado, o que atrasa a viagem e atrapalha os planos de todos. No caso do transporte rodoviário, embora os veículos sejam menores e circulem com menos passageiros, os riscos para a segurança são significativos, uma vez que a possibilidade de agressão ao motorista é maior.

A medida que estamos propondo por certo implicará uma maior segurança e tranqüilidade para os usuários do serviço de transporte, pelo que contamos com o apoio de todos para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2002.

05/03/02

Deputado LINCOLN PORTELA

"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.

§ 1° 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.5, IV, V, X, XIII e XIV.

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

§ 3° 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.

§ 4° 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.

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

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

.....

.....

LEI Nº 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.

.....

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. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2 e 4, 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.3 desta Lei.

.....

.....

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal - Brasília-DF

(OS:12764/2002)

PROJETO DE LEI N.º 3.389, DE 2008

(Do Sr. Dr. Talmir)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, determinando a veiculação de mensagem de alerta quanto aos danos do tabagismo nos veículos de imprensa.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", determinando a veiculação de mensagem de alerta quanto aos danos do tabagismo nos veículos de imprensa.

Art. 2º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo:

"*Art. 3º .....*

.....

§ 6º Os jornais e demais periódicos de circulação diária divulgarão anualmente, no dia 29 de agosto, inserção alusiva aos danos do tabagismo, na forma do regulamento."

Art. 3º A inserção de que trata esta lei será veiculada na primeira página, devendo ocupar espaço não inferior a um sexto da mancha gráfica.

Art. 4º O Poder Público deverá fornecer projeto gráfico da peça informativa, dentro dos prazos e condições previstas no regulamento.

Art. 5º A veiculação da peça assegura à empresa publicadora redução no imposto de renda devido, correspondente ao custo industrial de impressão de uma edição diária do veículo, estimada pela tiragem média anual e limitada a um máximo de dois mil exemplares.

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os danos do tabagismo encontram-se amplamente documentados na literatura científica, com relatos pormenorizados das inúmeras enfermidades que resultam do consumo do cigarro e de demais produtos fumígeros.

Tratam-se de doenças de difícil tratamento e, em muitos casos, de lenta evolução, sujeitando a sociedade a elevados custos, seja pelo tratamento médico que deverá ser ministrado ao enfermo, seja pelos efeitos sobre a perda de sua capacidade de trabalho e de sua qualidade de vida.

A proibição da propaganda de tais produtos, embora seja medida eficaz, merece ser complementada com outras iniciativas. Propomos, neste texto, a veiculação de campanha anual nos jornais de circulação diária, por ocasião do Dia Nacional de Combate ao Fumo, fixado em 29 de agosto.

Pretendemos, com a iniciativa, reforçar a luta contra esse terrível vício e esperamos, nesse sentido, contar com o apoio dos ilustres Pares para aprovar esta importante matéria.

Sala das Sessões, em 13 de maio de 2008.

Deputado Dr. TALMIR

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

.....

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

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

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

*** Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º. Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....
.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.
....." (NR)

Art. 8º. O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

PROJETO DE LEI N.º 3.414, DE 2008

(Do Sr. Marcelo Melo)

Proíbe, em todo o território nacional, a realização de eventos nos quais o preço da entrada inclui bebida alcoólica à vontade, os chamados "open bar".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica proibida, em todo o território nacional, a realização de eventos nos quais o preço da entrada inclui bebida alcoólica à vontade, os chamados "Open Bar".

Parágrafo único. Nos eventos fica vedada a venda de bebidas alcoólicas por preço irrisórios ou fora da realidade de mercado.

Art. 2º Ficam os proprietários e os responsáveis pela organização dos eventos sujeitos à pena de detenção de 06 (seis) meses a 02 (anos) anos e multa, se de fato não constituir crimes mais graves.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Apresentamos o presente Projeto de Lei com o intuito de reduzir o consumo de bebidas alcoólicas, principalmente entre jovens, em festas nas quais o preço do evento inclui o consumo de bebidas alcoólicas à vontade, conhecidas como "open bar"

Incluímos parágrafo único ao seu Art. 1º, com o objetivo de inibir que os organizadores dos eventos não cobrem um valor alto nos preços dos ingressos, camuflando e vendendo bebidas a preços irrisórios ou fora da realidade, por exemplo: o valor do ingresso será de R$100,00 (Cem Reais) e o valor cobrado de cada cerveja seja de R$0,50 (Cinqüenta Centavos) de real.

No art. 2º do projeto, tomamos como base para sanções pelo descumprimento da Lei futura, o art 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA – verbis

"(...)

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma , a criança ou adolescente, seja sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena – detenção de 06(seis) meses a 02(dois) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave."

Têm sido muito comuns na imprensa, relatos de jovens que perderam suas vidas ou se envolveram em graves acidentes por excessivo consumo de álcool e por uso de drogas, nestas agora incluídas as drogas sintéticas das quais temos como exemplo o "ecstasy".

Os jovens não precisam mais esconder para se embriagarem. Nos finais de semana, é fácil encontrá-los nas festas "open bar".
Acreditamos que nessa modalidade de evento fica estimulado o consumo de bebidas alcoólicas porque o freqüentador quer ter o preço do ingresso, que geralmente é de valor alto, compensando com o consumo das bebidas disponíveis.

É como se fosse a oportunidade para se "dar o troco", sair da relação "perde – ganha" para a relação "ganha – perde", basta para isso consumir um valor superior ao que se pagou para entrar. Acreditamos que essas propagandas são maléficas.

Sabemos que existe idade mínima para compra de bebidas alcoólicas, mas o que pretendemos com o presente projeto é evitar o incentivo ao consumo excessivo, poupando as famílias brasileiras de tragédias que a cada dia se tornam mais freqüentes, sejam por mortes causadas por overdose, ou pelo efeito do álcool no organismos ao longo do tempo, ou ainda por acidentes de trânsitos conseqüentes de seu uso; motivos pelos quais, solicito aos nobres pares, apoio para aprovação dessa iniciativa.

Sala das Sessões, em 14 de maio de 2008

Deputado Marcelo Melo
PMDB – GO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

.....

LIVRO II

.....

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave.

** Pena com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003.*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.128, DE 2008

(Do Sr. Jovair Arantes)

Altera o art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 2º da Lei nº 9.294/96, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, público ou privado.

§1º Está incluído na determinação do caput todo o local fechado destinado à utilização simultânea por várias pessoas, incluídos, mas não limitados a prédios comerciais, industriais, casas de espetáculos, shoppings, aeroportos e restaurantes.

§2º Ficam excluídos da determinação do caput os locais abertos em pelo menos um de seus lados, como varandas, calçadas, terraços, balcões externos e similares.

Art. 2 A – Cabe ao proprietário ou responsável pelos recintos coletivos fechados citados no artigo anterior, com área superior a 100 m², a separação de áreas para fumantes, não ultrapassando o equivalente a 30% da área total, desde que isoladas por barreira física e equipadas por mecanismos que permitam a exaustão do ar para o ambiente externo.

Parágrafo único - Excluem-se do disposto neste artigo os recintos coletivos fechados voltados para a saúde ou educação."

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

JUSTIFICAÇÃO

Apesar de nosso País já dispor de uma legislação que representa um verdadeiro avanço na tentativa de desestimular o acesso ao cigarro, como é o caso da Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, é possível ainda obter avanços no texto em vigor com vistas a busca de uma conceituação precisa dos ambientes onde é permitido o consumo de produtos fumígenos.

Este refinamento legislativo é extremamente necessário uma vez que, em razão da amplitude da definição do que seja a áreas destinadas a fumantes presente na atual legislação, pode decorrer certo subjetivismo que, além de dificultar a fiscalização, deixa de atender ao objetivo de equilibrar interesses e direitos de

fumantes e não fumantes, bem como dos estabelecimentos de venda e consumo de produtos fumígenos.

Prova disso, aliás, é o fato de que a cada dia surgem leis, tanto estaduais como municipais, que estabelecem regramento jurídico diverso ao constante na legislação em vigor, invadindo a competência exclusivamente outorgada à União pela Constituição da República Federativa do Brasil em seu artigo 220 §4º no que se refere à edição de normas gerais em matéria da proteção e defesa da saúde.

Acreditamos que a definição mais precisa sobre a matéria vem ao encontro dos princípios da livre iniciativa e empreendedorismo, evitando prejuízos ao segmento do turismo, notadamente aos hotéis, bares, restaurantes, casas noturnas e de entretenimento, tabacarias, charutarias e similares, ao garantir os direitos daqueles que optarem por atender ao público fumante e que venham, inclusive, a efetuar investimentos para adaptar seus estabelecimentos às condições físicas e técnicas apropriadas.

Assim sendo, na busca do aperfeiçoamento da legislação vigente e tendo em vista a preocupação com a questão, tomo a iniciativa de encaminhar aos colegas a proposta de alteração da Lei 9.294, com o objetivo de definir as condições físicas e técnicas de observância obrigatória nos locais destinados a fumantes, nos moldes do que ocorre em países como Chile, França, Itália, Portugal, Espanha e na cidade de Buenos Aires, na Argentina, que têm adotado soluções equilibradas no que se refere aos direitos e interesses de fumantes e não fumantes, contando com o apoiamento necessário para sua aprovação.

Ante o exposto, contamos com o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala da Comissão, 14 de Outubro de 2008.

Deputado JOVAIR ARANTES
PTB/GO

**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 estimulo 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 Nº 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 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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.

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.291, DE 2008

(Do Sr. Jorginho Maluly)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, de forma a estabelecer a obrigatoriedade de inserção, nos anúncios de bebidas alcóolicas nas emissoras de rádio e televisão, de advertência sobre a tipificação penal do ato de dirigir sob efeito de álcool.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivo da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, de forma a estabelecer a obrigatoriedade de inserção, nos anúncios de bebidas alcóolicas nas emissoras de rádio e televisão, de advertência sobre a tipificação penal do ato de dirigir sob efeito de álcool.

Art. 2º O art. 4-A da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4-A Será inserida advertência de que é crime dirigir sob a influência de álcool - punível com detenção, nas seguintes situações:

I – De forma legível e ostensiva na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica;

II – Na forma falada e escrita, nos anúncios de televisão que se destinem a promover a venda de bebidas alcóolicas;

III – Na forma falada nos anúncios de rádio que se destinem a promover a venda de bebidas alcóolicas. "(NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os efeitos da Lei que proíbe a condução de veículos sob o efeito de bebidas alcóolicas, conhecida como “Lei Seca”, são eloqüentes: redução de mais de 30% das mortes em estradas; só no Estado de São Paulo a Secretaria de Saúde informou que os hospitais públicos economizaram mais de quatro milhões de reais nos trinta dias subsequentes à aprovação da Lei; mudança de comportamento dos jovens, que passaram a encarar o ato de dirigir com maior responsabilidade.

Nesse contexto, consideramos que se ampliarmos o conhecimento da população acerca das penas que incorrem no ato de dirigir sob o efeito de bebidas alcóolicas, estaremos potencializado os efeitos benéficos da Lei Seca.

A proposição que apresento, portanto, tem o objetivo de obrigar que, nos anúncios de bebidas alcóolicas veiculados no rádio e na televisão, seja informado ostensivamente a caracterização criminal da conduta de dirigir sob o efeito de bebidas alcoólicas.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres Parlamentares desta Casa para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 12 de novembro de 2008.

Deputado JORGINHO MALULY

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 Fumígeros, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

.....

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 n. 11.705, de 19/06/2008.*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.582, DE 2009

(Do Sr. Dr. Talmir)

Modifica o § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para restringir o uso de cores em embalagens de produtos fumígenos.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O §3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º.....

.....

§ 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 deverão, obrigatoriamente:

I – conter a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem;

II – ser confeccionadas somente nas cores branca, preta e cinza, reservando-se o uso das outras cores para a advertência e as imagens a que se refere o inciso anterior. "

Art. 2º As indústrias fumageiras terão o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para se adaptarem ao disposto nesta lei.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Em maio de 1999, durante a 52ª Assembléia Mundial da Saúde, os Estados Membros das Nações Unidas, cientes da importância para a saúde humana de controlar e restringir o hábito de fumar, propuseram a adoção de um tratado internacional com este fim.

Após quatro anos de trabalho intensivo de representantes dos mais diversos países do mundo, chegou-se ao texto da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, adotado por unanimidade na 56ª Assembléia Mundial da Saúde, no mês de maio de 2003.

O Brasil, embora tenha levado ainda dois anos para ratificar o documento, teve uma participação importante em todo o processo, tendo sido o segundo país a assinar o texto do tratado, que prevê uma série de obrigações e medidas a serem adotadas pelos signatários, entre elas a restrição ao uso de tabaco em ambientes fechados, a divulgação de informação relativa aos produtos do tabaco e a veiculação de advertências nas embalagens, medidas essas que o Governo e o Legislativo brasileiros têm implementado tempestivamente.

Uma outra medida importante contida na Convenção-Quadro é a restrição do acesso dos jovens ao tabaco. Uma modalidade de restrição é, evidentemente, o desestímulo ao seu uso. Mesmo com as limitações à propaganda, principalmente de cigarros, um dos motivos principais que fazem os jovens aderir ao hábito do fumo é a sedução de um produto bem promovido, relacionado consciente ou inconscientemente a sofisticação e glamour. As embalagens, elaboradas para chamar a atenção, são um componente nada desprezível dessa sedução, que acreditamos será minorada pela restrição ao uso de cores.

Por estar convicto dos benefícios da aprovação do presente projeto de lei, peço aos meus nobres pares seus necessários votos e apoiamento.

Sala das Sessões, em 03 de fevereiro de 2009.

Deputado DR. TALMIR

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 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. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

* *"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*

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*

.....
.....

DECRETO Nº 5.658, DE 2 DE JANEIRO DE 2006

Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e

Considerando que o Congresso Nacional aprovou o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005;

Considerando que o Governo brasileiro ratificou a citada Convenção em 3 de novembro de 2005;

Considerando que a Convenção entrou em vigor internacional em 27 de fevereiro de 2005, e entra em vigor para o Brasil em 1º de fevereiro de 2006;

Decreta :

Art. 1º A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003, e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003, apensa por cópia ao presente Decreto, será executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém.

Art. 2º São sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão da referida Convenção ou que acarretem encargos ou

compromissos gravosos ao patrimônio nacional, nos termos do art. 49, inciso I, da Constituição.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 2 de janeiro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Celso Luiz Nunes Amorim

CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco – incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde – às atividades de controle do tabaco no âmbito nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de

dezembro de 1979, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica,

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde,

Acordaram o seguinte:

PARTE I: INTRODUÇÃO

Artigo 1
Uso de termos

Para os fins da presente Convenção:

(a) "comércio ilícito" é qualquer prática ou conduta proibida por lei, relacionada à produção, envio, recepção, posse, distribuição, venda ou compra, incluída toda prática ou conduta destinada a facilitar essa atividade;

(b) "organização regional de integração econômica" é uma organização integrada por Estados soberanos, que transferiram àquela organização regional competência sobre uma diversidade de assuntos, inclusive a faculdade de adotar decisões de natureza mandatória para seus membros em relação àqueles assuntos;

(c) "publicidade e promoção do tabaco" é qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

(d) "controle do tabaco" é um conjunto de estratégias direcionadas à redução da oferta, da demanda e dos danos causados pelo tabaco, com o objetivo de melhorar a saúde da população, eliminando ou reduzindo o consumo e a exposição à fumaça de produtos de tabaco;

(e) "indústria do tabaco" é o conjunto de fabricantes, distribuidores atacadistas e importadores de produtos de tabaco;

(f) "produtos de tabaco" são todos aqueles total ou parcialmente preparados com a folha de tabaco como matéria prima, destinados a serem fumados, sugados, mascados ou aspirados;

(g) "patrocínio do tabaco" é qualquer forma de contribuição a qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, efeito ou possível efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

Artigo 2
Relação entre a presente Convenção e outros acordos e instrumentos jurídicos

1. Com vistas a melhor proteger a saúde humana, as Partes são estimuladas a implementar medidas que vão além das requeridas pela presente Convenção e de seus protocolos, e nada naqueles instrumentos impedirá que uma Parte imponha exigências mais rígidas, compatíveis com suas disposições internas e conforme ao Direito Internacional.

2. As disposições da Convenção e de seus protocolos em nada afetarão o direito das Partes de celebrar acordos bilaterais ou multilaterais, inclusive acordos regionais ou sub-regionais, sobre questões relacionadas à Convenção e seus protocolos ou adicionais a ela e

seus protocolos, desde que esses acordos sejam compatíveis com as obrigações estabelecidas pela Convenção e seus protocolos. As Partes envolvidas deverão notificar tais acordos à Conferência das Partes, por intermédio da Secretaria.

PARTE II: OBJETIVO, PRINCÍPIOS NORTEADORES E OBRIGAÇÕES GERAIS

Artigo 3
Objetivo

O objetivo da presente Convenção e de seus protocolos é proteger as gerações presentes e futuras das devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, proporcionando uma referência para as medidas de controle do tabaco, a serem implementadas pelas Partes nos níveis nacional, regional e internacional, a fim de reduzir de maneira contínua e substancial a prevalência do consumo e a exposição à fumaça do tabaco.

Artigo 4
Princípios norteadores

Para atingir o objetivo da presente Convenção e de seus protocolos e para implementar suas disposições, as Partes serão norteadas, inter alia, pelos seguintes princípios:

1. Toda pessoa deve ser informada sobre as conseqüências sanitárias, a natureza aditiva e a ameaça mortal imposta pelo consumo e a exposição à fumaça do tabaco e medidas legislativas, executivas, administrativas e outras medidas efetivas serão implementadas no nível governamental adequado para proteger toda pessoa da exposição à fumaça do tabaco.

2. Faz-se necessário um compromisso político firme para estabelecer e apoiar, no âmbito nacional, regional e internacional, medidas multisetoriais integrais e respostas coordenadas, levando em consideração:

(a) a necessidade de tomar medidas para proteger toda pessoa da exposição à fumaça do tabaco;

(b) a necessidade de tomar medidas para prevenir a iniciação, promover e apoiar a cessação e alcançar a redução do consumo de tabaco em qualquer de suas formas;

(c) a necessidade de adotar medidas para promover a participação de pessoas e comunidades indígenas na elaboração, implementação e avaliação de programas de controle do tabaco que sejam social e culturalmente apropriados as suas necessidades e perspectivas; e

(d) a necessidade de tomar medidas, na elaboração das estratégias de controle do tabaco, que tenham em conta aspectos específicos de gênero.

3. Uma parte importante da Convenção é a cooperação internacional, especialmente no que tange à transferência de tecnologia, conhecimento e assistência financeira, bem como à prestação de assessoria especializada com o objetivo de estabelecer e aplicar programas eficazes de controle do tabaco, tomando em conta os fatores culturais, sociais, econômicos, políticos e jurídicos locais.

4. Devem ser adotadas, no âmbito nacional, regional e internacional, medidas e respostas multisetoriais integrais para reduzir o consumo de todos os produtos de tabaco, com vistas a prevenir, de conformidade com os princípios de saúde pública, a incidência das doenças, da incapacidade prematura e da mortalidade associadas ao consumo e a exposição à fumaça do tabaco.

5. As questões relacionadas à responsabilidade, conforme determinado por cada Parte dentro de sua jurisdição, são um aspecto importante para um amplo controle do tabaco.

6. Devem ser reconhecidos e abordados, no contexto das estratégias nacionais de desenvolvimento sustentável, a importância da assistência técnica e financeira para auxiliar a transição econômica dos produtores agrícolas e trabalhadores cujos meios de vida sejam gravemente afetados em decorrência dos programas de controle do tabaco, nas Partes que sejam países em desenvolvimento, e nas que tenham economias em transição.

7. A participação da sociedade civil é essencial para atingir o objetivo da Convenção e de seus protocolos.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.893, DE 2009

(Do Sr. Nelson Bornier)

Torna obrigatório a impressão de aviso nos rótulos das bebidas alcoólicas alertando sobre os riscos de seu consumo durante a gravidez e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4549/2004.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Todos os rótulos de bebidas alcoólicas produzidas e comercializadas em território brasileiro, deverão conter o seguinte alerta contra os riscos de seu consumo durante a gravidez**: "O ÁLCOOL É PREJUDICIAL DURANTE A GRAVIDEZ".**
Parágrafo único – O cumprimento da disposição do *caput* deste artigo independe do seu teor alcoólico.
Art. 2º - No caso de descumprimento do disposto nesta Lei serão aplicadas as seguintes penalidades ao fabricante ou seu representante:
Parágrafo único. Multa de 2.000 UFIR'S, ou outra unidade que venha a substituí-la, duplicada em caso de reincidência;
Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

A incidência da síndrome alcoólica fetal causada pelo abuso no uso de álcool durante a gravidez varia entre 1 em cada 1.500 e 1 em cada 600 nascimentos de bebês vivos. Esta ampla variação está relacionada às diferenças nas práticas de

consumo. Uma gestante que bebe qualquer quantia de álcool está correndo risco, uma vez que um nível "seguro" de consumo de álcool durante a gestação não foi estabelecido. No entanto, quanto maiores as quantidades, maiores parecem ser os riscos. Defeitos múltiplos ao nascimento associados à síndrome alcoólica fetal "clássica" estão associados com mais freqüência ao consumo excessivo de álcool ou ao alcoolismo.

A Síndrome Alcoólica Fetal foi descrita pela primeira vez em 1968 na França, pelo Dr. Lemoine e seus colaboradores, tendo sido desde então alvo da atenção de pesquisas em todo mundo, em razão da Sindrome Alcoólica Fetal ser a principal causa de retardo mental entre nascituros, pela sua prevalência média de 1 a 2 infantes em cada 1.000 nascidos vivos e por atingir de forma indiscriminada todos os níveis sócio-econômicos e étnicos.

Esta proposição tem por intuito a proteção dos nascituros, da crescente ameaça da Síndrome Alcoólica Fetal.

Pelo exposto, com o objetivo de enfrentar essa terrível enfermidade, através da prevenção, peço seu inestimável apoio à aprovação dessa matéria.

Sala das Sessões, 24 de março de 2009.

NELSON BORNIER
Deputado Federal – PMDB/RJ

PROJETO DE LEI N.º 5.014, DE 2009

(Do Sr. Roberto Alves)

Estabelece condição para a venda de cigarros, charutos e derivados do tabaco.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1788/2003.

O Congresso Nacional decreta :

Artigo 1º - Fica proibida a exposição de cigarros, charutos e derivados do tabaco em bares, lanchonetes, restaurantes, boates, postos de gasolina e estabelecimentos similares, em todo o território brasileiro.

Parágrafo único - Os estabelecimentos de que tratam o “caput” deste artigo deverão manter os cigarros e derivados do tabaco em local não visível ao público.

Artigo 2º - O descumprimento do disposto nesta lei sujeitará o infrator às penalidades constantes no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que contém o Código de Defesa do Consumidor.

> **"**Artigo 56º - As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:
> I - multa;
> II - apreensão do produto;
> III - inutilização do produto;
> IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
> V - proibição de fabricação do produto;
> VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviços;
> VII - suspensão temporária de atividade;
> VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
> IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
> X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
> XI - intervenção administrativa;
> XII - imposição de contrapropaganda.
>
> Parágrafo único As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pelo autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo."

Artigo 3º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

As doenças cardiovasculares e o câncer são as principais causas de morte por doença no Brasil, sendo que o câncer de pulmão é a primeira causa de morte por câncer. Apenas 6,7% dos casos de câncer de pulmão não estão relacionados ao cigarro, pois 90% ocorre em fumantes, e 3,3% em fumantes passivos (pessoas que apenas convivem com a fumaça do cigarro).

Na maioria das vezes, o cigarro leva à morte por doença "coronariana, bronquite, enfisema, câncer no pulmão, boca, laringe, faringe, esôfago, pâncreas, rim, bexiga, colo de útero, derrame cerebral e obstrução na circulação sangüínea das pernas, impotência sexual no homem, complicações na gravidez, úlcera do aparelho digestivo, infeções respiratórias, trombose, entre outras". Mesmo não levando à morte, esse hábito pode causar danos irreversíveis.

O cigarro não afeta apenas as pessoas que optam por esse hábito sabidamente prejudicial. Os não fumantes acabam absorvendo passivamente nicotina, monóxido de carbono e outras substâncias contidas nos cigarros, charutos ou derivados do

tabaco, da mesma forma que os fumantes. A quantidade de tóxicos absorvidos por cada indivíduo depende da intensidade da exposição, bem como, o tamanho do ambiente e a qualidade da ventilação.

A Constituição considera o tabaco como um dos produtos sujeitos a controle, e determina que a saúde é um dever do Estado. O tabaco é tão maléfico que o Governo gasta elevadas quantias com campanhas de prevenção; além disso, as doenças profissionais por ele causadas são custeadas pelo sistema de aposentadoria pago por toda a sociedade.

Retirar o produto do ângulo de visão do consumidor é uma maneira de não incentivar o fumo, que é o causador de tantos danos a saúde e prejuízos materiais para o Estado e para o próprio fumante e sua família. A moderna sociedade de consumo é acentuadamente marcada pela publicidade, que exerce poderosa influência sobre a vida das pessoas, seus padrões de comportamento, seus hábitos, suas idéias e seus valores, atingindo homens, mulheres e crianças. Retirar o cigarro das prateleiras dos estabelecimentos comerciais fará com que muitos jovens que ainda não experimentaram o cigarro não se sintam atraídos por ele.

Que Deus abençoe a todos os parlamentares no exercício de seus mandatos eletivos, e que na defesa da saúde pública, aprovemos o presente projeto.

Em 07 de abril de 2009

Deputado Roberto Alves
PTB-SP

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

III - inutilização do produto;
IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
V - proibição de fabricação do produto;
VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
VII - suspensão temporária de atividade;
VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
XI - intervenção administrativa;
XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/05/1993.*

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência - UFIR, ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

** Parágrafo único acrescentado pela Lei nº 8.703, de 06/09/1993.*

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.074, DE 2009

(Do Sr. Antonio Bulhões)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para permitir o uso de produtos fumígenos somente em locais específicos.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1175/1999.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera o art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que "Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos

termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal" , para permitir o uso de produtos fumígenos somente em locais específicos.

Art 2º O art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º Fica permitido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, somente nos seguintes locais:

I - residências;

II - vias públicas;

III - espaços ao ar livre, salvo nos locais de uso coletivo, total ou parcialmente fechados em qualquer dos seus lados por parede, divisória, teto ou telhado, ainda que provisórios, onde haja permanência ou circulação de pessoas;

IV - instituições de tratamento de saúde que tenham pacientes autorizados a fumar pelo médico que os assista;

V - locais de culto religioso em que o uso de fumígeno faça parte do ritual;

VI - estabelecimentos específica e exclusivamente destinados ao consumo no próprio local de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, desde que essa condição esteja anunciada, de forma clara, na respectiva entrada;

VII- ambiente de uso individual.

Parágrafo único. Nos locais indicados nos incisos IV, V e VI deste artigo deverão ser adotadas condições de isolamento, ventilação ou exaustão do ar que impeçam a contaminação dos respectivos ambientes." (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor 90 dias da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Estatísticas e estudos científicos que comprovam o devastador impacto do tabaco na saúde humana são bastante fartos. Todavia, nunca é demais lembrar que, de acordo com o Instituto Nacional do Câncer (INCA), morrem no País, por hora, 22 pessoas vítimas do cigarro, e que, segundo a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), são gastos, pelo Sistema Único de Saúde (SUS) e pela Previdência Social, cerca de R$37 milhões com doenças e mortes causadas pelo tabagismo passivo por ano.

Embora os poderes públicos tenham obtido algumas vitórias ao longo dos últimos anos contra o tabaco, os números citados acima demonstram que necessitamos urgentemente de medidas mais eficazes para preservar a saúde do nossa população.

Assim, pretende-se, com a alteração que propomos, permitir que o fumo só seja permitido em determinados locais, de forma a dificultar ainda mais a manutenção do hábito, para que tanto fumantes quanto não fumantes não engrossem as estatísticas referentes ao tabaco, as quais são sempre sombrias.

Sendo a saúde um direito de todos, submeto à consideração dos nobres Colegas esta proposição legislativa, para que possamos debatê-la e aprimorá-la, ouvindo-se a nossa sociedade, que demonstra o desejo cada vez mais intenso de ter uma qualidade de vida melhor.

Sala das Sessões, em 16 de abril de 2009.

Deputado ANTÔNIO BULHÕES

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 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 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.086, DE 2009

(Do Sr. Nelson Bornier)

Torna obrigatório mensagem de alerta sobre riscos à saúde pelo uso de bebidas alcoólicas, nas propagandas de rádio e televisão.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As empresas produtoras de bebidas alcoólicas e derivados ficam obrigadas a inserir nas propagandas de rádio e televisão e material de divulgação ou promocional alerta ao consumidor sobre os riscos à saúde de seus produtos, nos termos desta lei.

Parágrafo único. Entende-se por bebida alcoólica aquela com dosagem de álcool maior do que 2º (dois graus) gay lussac.

Art. 2º As mensagens de alerta devem ser escritas ou faladas, conforme os casos previstos no art. 1º, tendo como frases básicas: "Beber é prejudicial à saúde."

Art. 3º As dimensões, o tempo de veiculação e as demais ações regulamentadoras da presente lei serão definidas pelo Poder Executivo no prazo de 90(noventa) dias.

Art. 4º As empresas sujeitas a esta Lei têm prazo de 60(sessenta) dias, após a regulamentação prevista no art. 3º, para se enquadrarem às suas disposições.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os evidentes prejuízos à saúde e os sérios riscos à vida gerados pela prática do uso abusivo do álcool são mais que suficientes para justificar medidas que objetivem restringir e desestimular o consumo desses produtos.

O álcool está constantemente associado à milhares de acidentes de trânsito. Essas são algumas das constatações de que muitas vidas são perdidas diariamente sem que se tomem providências sérias e duradouras para reverter esse quadro.
A situação se agrava quando identificamos que as empresas produtoras desses agentes nocivos à saúde humana utilizam a propaganda como uma de suas principais estratégias para ampliar as vendas, sem realizar efetivamente o alerta necessário sobre os riscos de seus produtos.
As respostas a essa situação têm atingido parcialmente seus objetivos, através de ações do poder executivo. Torna-se necessário, contudo, ampliar o alcance das medidas coibitivas dos constantes abusos praticados, visando propiciar uma maior garantia à população.
Pelo exposto, e em razão da relevância do tema e dos benefícios que oferece à comunidade, contamos com o apoio dos ilustres parlamentares para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, 22 de abril de 2009.

NELSON BORNIER
Deputado Federal – PMDB/RJ

PROJETO DE LEI N.º 5.215, DE 2009

(Do Sr. Jairo Ataide)

Acrescenta artigo à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para aplicar sanção ao estabelecimento que vender bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-2746/2008.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

"Art. 258-A. Deixar o proprietário, o empresário, o gerente ou responsável pelo local em que se realize a venda de bebida alcoólica, de observar a proibição constante do artigo 81, inciso II, deste Estatuto:

Pena: multa de três a vinte salários mínimos; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento definitivo do estabelecimento."

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto tem por objetivo impor penalidade administrativa para a conduta do responsável pelo estabelecimento que vender bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes, em desacordo com o que dispõe o Estatuto da Criança e do Adolescente, que pode variar desde a aplicação de multa até o fechamento do estabelecimento, a ser decretado pela autoridade judiciária, em caso de reincidência.

De fato, apesar de existir proibição à venda de bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes, o mencionado Estatuto foi omisso quanto às punições ao estabelecimento em caso de descumprimento de tal obrigação, criando-se apenas punição de caráter penal ao agente infrator, ao contrário do que ocorreu em relação a outras condutas, igualmente nocivas a crianças e adolescentes, punidas também no âmbito administrativo.

Entendemos que a venda de bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes é resultado da irresponsabilidade e da ganância de pessoas que exploram este tipo de comércio, constituindo grave ofensa ao ordenamento jurídico e aos direitos daqueles protegidos pelas normas do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Ciente dos malefícios que o álcool pode causar à saúde de crianças e adolescentes, entendemos ser necessário fixar pena ao estabelecimento infrator, além do agente que realizar a venda, de modo a coibir esta prática que, infelizmente, ainda é comum no país.

Por todo o exposto, contamos com os nobre pares para a aprovação da presente proposta.

Sala das Sessões, em 12 de maio de 2009.

Deputado JAIRO ATAIDE

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 258. Deixar o responsável pelo estabelecimento ou o empresário de observar o que dispõe esta Lei sobre o acesso de criança ou adolescente aos locais de diversão, ou sobre sua participação no espetáculo:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias.

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 259. A União, no prazo de 90 (noventa) dias contados da publicação deste Estatuto, elaborará projeto de lei dispondo sobre a criação ou adaptação de seus órgãos às diretrizes da política de atendimento fixadas no art. 88 e ao que estabelece o Título V do Livro II.

Parágrafo único. Compete aos Estados e Municípios promoverem a adaptação de seus órgãos e programas às diretrizes e princípios estabelecidos nesta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.492, DE 2009

(Do Sr. Dimas Ramalho)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições do uso e à propaganda de bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas nos termos do art. 220 da Constituição Federal".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2035/2007.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º. Fica proibido em todo território nacional, em ambientes de uso coletivo, públicos ou privados, o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco.

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo aos recintos de uso coletivo, total ou parcialmente fechados em qualquer dos seus lados por parede, divisória, teto ou telhado, ainda que provisórios, onde haja permanência ou circulação de pessoas.

§ 2º Para os fins desta lei, a expressão "recintos de uso coletivo" compreende, dentre outros, os ambientes de trabalho, de estudo, de cultura, de culto religioso, de lazer, de esporte ou de entretenimento, áreas comuns de condomínios, casas de espetáculos, teatros, cinemas, bares, lanchonetes, boates, restaurantes, praças de alimentação, hotéis, pousadas, centros comerciais, bancos e similares, supermercados, açougues, padarias, farmácias e drogarias, repartições públicas, instituições de saúde, escolas, museus, bibliotecas, espaços de exposições, veículos públicos ou privados de transporte coletivo, viaturas oficiais de qualquer espécie e táxis.

§ 3º Nos locais previstos nos §§ 1º e 2º deste artigo deve ser afixado aviso da proibição, em pontos de ampla visibilidade, com indicação de telefone e endereço dos órgãos estaduais responsáveis pela vigilância sanitária e pela defesa do consumidor".

Art. 2º Acrescentem-se os seguintes arts. à Lei no. 9.294, de 15 de julho de 1996:

"Art. 2ºA Tratando-se de fornecimento de produtos e serviços, o empresário deve cuidar, proteger e vigiar para que no local de funcionamento de sua empresa não seja praticada infração ao disposto nesta lei.

Parágrafo único. O empresário omisso ficará sujeito às sanções previstas no art. 56 da Lei federal nº 8.078, de 11 de setembro

de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, aplicáveis na forma de seus arts. 57 a 60, sem prejuízo das sanções previstas na legislação sanitária.

Art. 2ºB Qualquer pessoa pode relatar, ao órgão de vigilância sanitária ou de defesa do consumidor da respectiva área de atuação, fato que tenha presenciado em desacordo com o disposto nesta lei.

§ 1º O relato de que trata o caput deste artigo deve conter:

I - a exposição do fato e suas circunstâncias;

II - a declaração, sob as penas da lei, de que o relato corresponde à verdade;

III - a identificação do autor, com nome, prenome, número da cédula de identidade, seu endereço e assinatura.

§ 2º A critério do interessado, o relato pode ser apresentado por meio eletrônico, no sítio de rede mundial de computadores dos órgãos referidos no caput deste artigo, quando houver, devendo ser ratificado, para atendimento de todos os requisitos previstos nesta lei.

§ 3º O relato feito nos termos deste artigo constitui prova idônea para o procedimento sancionatório.

Art. 2ºC Esta lei não se aplica:

I - aos locais de culto religioso em que o uso de produto fumígeno faça parte do ritual;

II - às instituições de tratamento da saúde que tenham pacientes autorizados a fumar pelo médico que os assista;

III - às vias públicas e aos espaços ao ar livre;

IV - às residências;

V - aos estabelecimentos específica e exclusivamente destinados ao consumo no próprio local de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, desde que essa condição esteja anunciada, de forma clara, na respectiva entrada.

Parágrafo único. Nos locais indicados nos incisos I, II e V deste artigo deverão ser adotadas condições de isolamento, ventilação ou exaustão do ar que impeçam a contaminação de ambientes protegidos por esta lei.

Art. 2º-D As penalidades decorrentes de infrações às disposições desta lei serão impostas, nos respectivos âmbitos de

atribuições, pelos órgãos estaduais de vigilância sanitária ou de defesa do consumidor".

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei, inspirado na Lei Estadual 13.451/09, de autoria do Poder Executivo de São Paulo, visa à alteração da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo-se a proibição do consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em ambientes de uso coletivo, públicos ou privados.

Comporta salientar que a proposta é amparada em princípios de prevenção e preservação da saúde pública, em decorrência da vinculação direta entre o uso do tabaco e problemas de saúde.

De acordo com o Instituto Nacional do Câncer (INCA), milhares de estudos acumulados até o momento evidenciam o uso do tabaco como fator causal de quase 50 doenças diferentes, destacando-se as doenças cardiovasculares, o câncer e as doenças respiratórias obstrutivas.

Em harmonia com o artigo 196 de nossa Carta Magna, atribui-se ao Estado o dever de proteção à saúde. Assim, os ambientes coletivos livres de fumo visam à garantia desse direito.

Ressalta-se ainda, além da menção à Constituição Federal, a proibição ao fumo em ambientes coletivos é amparado internacionalmente pela Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco – CQCT (Tratado Internacional de Saúde Pública), aprovado pelo Congresso Nacional (Decreto legislativo nº 1.012, de 2005) e promulgado pelo Presidente da República (Decreto nº 5.658, de 2006), em cujo artigo 8º se lê:

"1. As Partes reconhecem que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que a exposição à fumaça do tabaco causa morte, doença e incapacidade.

2. Cada Parte adotará e aplicará, em áreas de sua jurisdição nacional existente, e conforme determine a legislação nacional,

medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas eficazes de proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em locais fechados de trabalho, meios de transporte público, lugares públicos fechados e, se for o caso, outros lugares públicos, e promoverá ativamente a adoção e aplicação dessas medidas em outros níveis jurisdicionais".

No âmbito da defesa do consumidor, a proposta de proibição de fumo em ambientes coletivos segue ao artigo 6º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, o qual elucida como direito básico do consumidor a proteção da vida e da saúde nas relações de consumo e serviços. Dessa forma, reitera-se a abrangência da proposta ao se garantir a defesa do direito do consumidor, evitando que o mesmo seja exposto ao tabagismo passivo, comprovadamente nocivo e grave à saúde.

Enunciados, assim, os motivos que embasam a propositura, submeto o presente Projeto de Lei para apreciação dos nobres pares.

Sala das Sessões, em 30 de junho de 2009

Deputado Dimas Ramalho

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO II
DA SEGURIDADE SOCIAL

.....

Seção II
Da Saúde

Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

Art. 197. São de relevância pública as ações e serviços de saúde, cabendo ao poder público dispor, nos termos da lei, sobre sua regulamentação, fiscalização e controle, devendo sua execução ser feita diretamente ou através de terceiros e, também, por pessoa física ou jurídica de direito privado.

.....

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:

.....
.....

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

.....
.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;
II - apreensão do produto;
III - inutilização do produto;
IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
V - proibição de fabricação do produto;
VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII - suspensão temporária de atividade;
VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
XI - intervenção administrativa;
XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993)*

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993)*

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, freqüência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

TÍTULO II
DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes .

.....
.....

LEI Nº 13.541, DE 7 DE MAIO DE 2009

Proíbe o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, na forma que especifica.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO:
Faço saber que a Assembleia Legislativa decreta e eu promulgo a seguinte lei:

Artigo 1º - Esta lei estabelece normas de proteção à saúde e de responsabilidade por dano ao consumidor, nos termos do artigo 24, incisos V, VIII e XII, da Constituição Federal, para criação de ambientes de uso coletivo livres de produtos fumígenos.

Artigo 2º - Fica proibido no território do Estado de São Paulo, em ambientes de uso coletivo, públicos ou privados, o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco.

§ 1º - Aplica-se o disposto no "caput" deste artigo aos recintos de uso coletivo, total ou parcialmente fechados em qualquer dos seus lados por parede, divisória, teto ou telhado, ainda que provisórios, onde haja permanência ou circulação de pessoas.

§ 2º - Para os fins desta lei, a expressão "recintos de uso coletivo" compreende, dentre outros, os ambientes de trabalho, de estudo, de cultura, de culto religioso, de lazer, de esporte ou de entretenimento, áreas comuns de condomínios, casas de espetáculos, teatros, cinemas, bares, lanchonetes, boates, restaurantes, praças de alimentação, hotéis, pousadas, centros comerciais, bancos e similares, supermercados, açougues, padarias, farmácias e drogarias, repartições públicas, instituições de saúde, escolas, museus, bibliotecas, espaços de exposições, veículos públicos ou privados de transporte coletivo, viaturas oficiais de qualquer espécie e táxis.

§ 3º - Nos locais previstos nos parágrafos 1º e 2º deste artigo deverá ser afixado aviso da proibição, em pontos de ampla visibilidade, com indicação de telefone e endereço dos órgãos estaduais responsáveis pela vigilância sanitária e pela defesa do consumidor.

.....
.....

DECRETO Nº 5.658, DE 02 DE JANEIRO DE 2006

Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e

Considerando que o Congresso Nacional aprovou o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005;

Considerando que o Governo brasileiro ratificou a citada Convenção em 3 de novembro de 2005;

Considerando que a Convenção entrou em vigor internacional em 27 de fevereiro de 2005, e entra em vigor para o Brasil em 1º de fevereiro de 2006;

Decreta :

Art. 1º A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003, e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003, apensa por cópia ao presente Decreto, será executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém.

Art. 2º São sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão da referida Convenção ou que acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional, nos termos do art. 49, inciso I, da Constituição.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 2 de janeiro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Celso Luiz Nunes Amorim

Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco - incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde - às atividades de controle do tabaco no âmbito nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de dezembro de 1979,

dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica;

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde;

Acordaram o seguinte:

PARTE I: INTRODUÇÃO

Artigo 1

Uso de termos

Para os fins da presente Convenção:

(a) "comércio ilícito" é qualquer prática ou conduta proibida por lei, relacionada à produção, envio, recepção, posse, distribuição, venda ou compra, incluída toda prática ou conduta destinada a facilitar essa atividade;

(b) "organização regional de integração econômica" é uma organização integrada por Estados soberanos, que transferiram àquela organização regional competência sobre uma diversidade de assuntos, inclusive a faculdade de adotar decisões de natureza mandatória para seus membros em relação àqueles assuntos;

(c) "publicidade e promoção do tabaco" é qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

(d) "controle do tabaco" é um conjunto de estratégias direcionadas à redução da oferta, da demanda e dos danos causados pelo tabaco, com o objetivo de melhorar a saúde da população, eliminando ou reduzindo o consumo e a exposição à fumaça de produtos de tabaco;

(e) "indústria do tabaco" é o conjunto de fabricantes, distribuidores atacadistas e importadores de produtos de tabaco;

(f) "produtos de tabaco" são todos aqueles total ou parcialmente preparados com a folha de tabaco como matéria prima, destinados a serem fumados, sugados, mascados ou aspirados;

(g)"patrocínio do tabaco" é qualquer forma de contribuição a qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, efeito ou possível efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

.....

Artigo 8

Proteção contra a exposição à fumaça do tabaco

1. As Partes reconhecem que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que a exposição à fumaça do tabaco causa morte, doença e incapacidade.

2. Cada Parte adotará e aplicará, em áreas de sua jurisdição nacional existente, e conforme determine a legislação nacional, medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas eficazes de proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em locais fechados de trabalho, meios de transporte público, lugares públicos fechados e, se for o caso, outros lugares públicos, e promoverá ativamente a adoção e aplicação dessas medidas em outros níveis jurisdicionais.

Artigo 9

Regulamentação do conteúdo dos produtos de tabaco

A Conferência das Partes, mediante consulta aos organismos internacionais competentes, proporá diretrizes para a análise e a mensuração dos conteúdos e emissões dos produtos de tabaco, bem como para a regulamentação desses conteúdos e emissões. Cada Parte adotará e aplicará medidas legislativas, executivas e administrativas, ou outras medidas eficazes aprovadas pelas autoridades nacionais competentes, para a efetiva realização daquelas análises, mensuração e regulamentação.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.517, DE 2009

(Do Sr. Dr. Talmir)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, incluindo a vedação de veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas em materiais esportivos e afins.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3037/1997.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, de modo a incluir a vedação de veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas em materiais esportivos e afins.

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

"Art. 1º .....

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

Art. 3º O art. 6º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 6° É vedada a utilização de trajes esportivos , relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Parágrafo único. Em estádios, veículos de competição e locais similares não poderá ser utilizada indumentária, adereços ou roupas de torcidas organizadas , para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei." (NR)

Art. 4º Esta lei entra em vigor após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A preocupação atual da OMS com os crescentes índices de alcoolismo registrados pela juventude tem colocado diversos agentes públicos em alerta. Os malefícios do consumo do álcool são amplamente conhecidos: causa diversas doenças, acidentes de trânsito, incita a violência e é o grande responsável pelos óbitos registrados nas ocorrências policiais. Como comprovação dessas desvantagens, conforme publicou o Estado de São Paulo em 19 de janeiro de 2009, o Ministério da Saúde constatou, entre os anos de 2000 e 2006, um aumento na taxa de mortalidade por doenças associadas ao alcoolismo de 10,7 para 12,6 óbitos por 100 mil habitantes.

A propaganda de bebidas alcoólicas, com todas as outras, procura associar ao bem estar e aos efeitos positivos causados pela prática esportiva à ingestão de produtos que contêm álcool. Nesse sentido, agregar a imagem de esportistas famosos a marcas de cervejas preocupa pelo impacto imediato e *midiático* que a imagem possui na mente das crianças e jovens. Essa prática deve ser mitigada.

Apesar do efeito nocivo desse tipo de propaganda, entendemos a importância dessas veiculações para o faturamento da radiodifusão. Por esse viés, compreendemos ser danosa, do ponto de vista da viabilidade econômica da transmissão de eventos esportivos, proibir a veiculação de propagandas desses produtos na televisão. A escassez dessa fonte de receitas iria repercutir negativamente nos valores auferidos pelas comercializações, o que afetaria, no final da cadeia, os rendimentos transferidos aos esportistas e associações.

No entanto, acreditamos que a transmissão de imagens da torcida, particularmente de torcidas organizadas e de convidados especiais exibindo marcas de bebidas alcóolicas passa uma imagem equivocada para os jovens, uma vez que associam o espetáculo a marcas e, o que é pior, ao seu consumo. Igualmente, crianças e adolescentes que se encontrem nos estádios irão se deparar com vários indivíduos portando *logomarcas*, brindes e adereços com marcas que passarão a associar e admirar.

Para coibir esse tipo de *merchandising* oferecemos o presente projeto de lei que altera a lei 9.294/96 que impõe restrições à propaganda de cigarros e álcool. Em primeiro lugar, como forma de incluir as cervejas no âmbito da lei, optamos por reduzir o limite, lá estabelecido em 13 graus Gay Lussac, para apenas 0,5 graus. Dessa maneira, sucos de frutas ou outras bebidas que possuam resíduos de fermentação não seriam consideradas como bebidas alcoólicas. Todavia, cervejas, que possuem em média teor alcoólico entre 4 e 6%, estariam compreendidas nas novas limitações propostas.

A seguir, o projeto estabelece que não poderão ser utilizados em locais de práticas esportivas materiais esportivos, adereços ou roupas de torcidas organizadas que contenham alusão a bebidas alcóolicas.

Pela contribuição ora ofertada, cremos contribuir para a diminuição dos crescentes índices de alcoolismo aqui citados e mitigar os males que as bebidas alcoólicas causam a nossa sociedade.

Face ao exposto, solicitamos aos nobres pares o apoio à APROVAÇÃO do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 30 de junho de 2009.

Deputado DR. TALMIR

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. *(Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34)*

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. *(Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.840, DE 2009

(Do Sr. William Woo)

Proíbe o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, na forma que especifica, e cria ambientes de uso coletivo livres de tabaco.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5492/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Artigo 1º – Esta lei estabelece normas de proteção à saúde e de responsabilidade por dano ao consumidor, nos termos do artigo 24,

incisos V, VIII e XII, da Constituição Federal, para criação de ambientes de uso coletivo livres de produtos fumígenos.

Artigo 2º – Fica proibido no território Nacional, em ambientes de uso coletivo, públicos ou privados, o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco.

§ 1º – Aplica-se o disposto no "caput" deste artigo aos recintos de uso coletivo, total ou parcialmente fechados em qualquer dos seus lados por parede, divisória, teto ou telhado, ainda que provisórios, onde haja permanência ou circulação de pessoas.

§ 2º – Para os fins desta lei, a expressão "recintos de uso coletivo" compreende, dentre outros, os ambientes de trabalho, de estudo, de cultura, de culto religioso, de lazer, de esporte ou de entretenimento, áreas comuns de condomínios, casas de espetáculos, teatros, cinemas, bares, lanchonetes, boates, restaurantes, praças de alimentação, hotéis, pousadas, centros comerciais, bancos e similares, supermercados, açougues, padarias, farmácias e drogarias, repartições públicas, instituições de saúde, escolas, museus, bibliotecas, espaços de exposições, veículos públicos ou privados de transporte coletivo, viaturas oficiais de qualquer espécie e táxis.

§ 3º – Nos locais previstos nos parágrafos 1º e 2º deste artigo deverá ser afixado aviso da proibição, em pontos de ampla visibilidade, com indicação de telefone e endereço dos órgãos estaduais responsáveis pela vigilância sanitária e pela defesa do consumidor.

Artigo 3º – O responsável pelos recintos de que trata esta lei deverá advertir os eventuais infratores sobre a proibição nela contida, bem como sobre a obrigatoriedade, caso persista na conduta coibida, de imediata retirada do local, se necessário mediante o auxílio de força policial.

Artigo 4º – Tratando-se de fornecimento de produtos e serviços, o empresário deverá cuidar, proteger e vigiar para que no local de funcionamento de sua empresa não seja praticada infração ao disposto nesta lei.

Parágrafo único – O empresário omisso ficará sujeito às sanções previstas no artigo 56 da Lei federal n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, aplicáveis na forma de seus artigos 57 a 60, sem prejuízo das sanções previstas na legislação sanitária.

Artigo 5º – Qualquer pessoa poderá relatar ao órgão de vigilância sanitária ou de defesa do consumidor da respectiva área de atuação, fato que tenha presenciado em desacordo com o disposto nesta lei.

§ 1º – O relato de que trata o "caput" deste artigo conterá:

1. a exposição do fato e suas circunstâncias;

2. a declaração, sob as penas da lei, de que o relato corresponde à verdade;

3. a identificação do autor, com nome, prenome, número da cédula de identidade, seu endereço e assinatura.

§ 2º – A critério do interessado, o relato poderá ser apresentado por meio eletrônico, no sítio de rede mundial de computadores – "internet" dos órgãos referidos no "caput" deste artigo, devendo ser ratificado, para atendimento de todos os requisitos previstos nesta lei.

§ 3º – O relato feito nos termos deste artigo constitui prova idônea para o procedimento sancionatório.

Artigo 6º – Esta lei não se aplica:

I – aos locais de culto religioso em que o uso de produto fumígeno faça parte do ritual;

II – às instituições de tratamento da saúde que tenham pacientes autorizados a fumar pelo médico que os assista;

III – às vias públicas e aos espaços ao ar livre;

IV – às residências;

V – aos estabelecimentos específica e exclusivamente destinados ao consumo no próprio local de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, desde que essa condição esteja anunciada, de forma clara, na respectiva entrada.

Parágrafo único – Nos locais indicados nos incisos I, II e V deste artigo deverão ser adotadas condições de isolamento, ventilação ou exaustão do ar que impeçam a contaminação de ambientes protegidos por esta lei.

Artigo 7º – As penalidades decorrentes de infrações às disposições desta lei serão impostas, nos respectivos âmbitos de atribuições, pelos órgãos estaduais de vigilância sanitária ou de defesa do consumidor.

Parágrafo único – O início da aplicação das penalidades será precedido de ampla campanha educativa, realizada pelo Governo do Estado nos meios de comunicação, como jornais, revistas, rádio e televisão, para esclarecimento sobre os deveres, proibições e sanções impostos por esta lei, além da nocividade do fumo à saúde.

Artigo 8º – Caberá ao Poder Executivo disponibilizar em toda a rede de saúde pública, assistência terapêutica e medicamentos antitabagismo para os fumantes que queiram parar de fumar.

Artigo 9º – Esta lei entra em vigor no prazo de 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A medida pauta-se na tendência mundial que visa os critérios de prevenção e preservação da saúde pública, e busca promover o assentamento de normas destinadas à criação de ambientes de uso coletivo livres de tabaco.

Estudos científicos estabelecem a relação do uso do tabaco com problemas de saúde, com grande significado para a saúde pública. Dentre as principais doenças estão as cardiovasculares, o câncer e as doenças respiratórias obstrutivas.

Cabe ressaltar que a matéria é objeto da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco – CQCT (Tratado Internacional de Saúde Pública), aprovado pelo Congresso Nacional (Decreto legislativo nº 1.012, de 2005) e promulgado pelo Presidente da República (Decreto nº 5.658, de 2006), em cujo artigo 8º se lê:

> "1. As Partes reconhecem que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que a exposição à fumaça do tabaco causa morte, doença e incapacidade.
>
> 2. Cada Parte adotará e aplicará, em áreas de sua jurisdição nacional existente, e conforme determine a legislação nacional, medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas eficazes de proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em locais fechados de trabalho, meios de transporte público, lugares públicos

fechados e, se for o caso, outros lugares públicos, e promoverá ativamente a adoção e aplicação dessas medidas em outros níveis jurisdicionais".

Como se vê, esse tratado determina que os Países signatários impeçam, em ambientes fechados, a exposição de pessoas à fumaça do tabaco, o que está em harmonia com o artigo 196 da Constituição Federal, que atribui ao Estado o dever de proteger a saúde.

Os ambientes livres de fumo visam preservar o direito de todos à saúde, fumantes e não fumantes, sejam eles os freqüentadores dos ambientes coletivos, sejam eles os trabalhadores que ali exercem sua atividade.

É certo que esse objetivo insere-se na competência concorrente dos entes federativos e que o propósito da Lei federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, entre outros, é preservar a saúde, e, portanto, igualmente é certo o cabimento de legislação estadual ou municipal mais rigorosa, de forma a garantir tal direito.

Os ambientes livres de fumo visam preservar o direito de todos à saúde, fumantes e não fumantes, sejam eles os freqüentadores dos ambientes coletivos, sejam eles os trabalhadores que ali exercem sua atividade.

De par com isto, cuida o projeto de efetivar também a defesa do consumidor, garantia fundamental afirmada no inciso XXXII do artigo 5º e princípio inscrito no inciso V do artigo 170, ambos da Constituição Federal, materializada no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

É imprescindível a edição de normas que assegurem ao consumidor a proteção da vida e saúde nas relações de consumo de produtos e serviços, de modo que a proibição do tabagismo vem ao encontro da preservação do bem-

estar geral do consumidor por ocasião da sua presença, forçosa ou voluntária, em ambientes de uso coletivo, públicos ou privados, objeto da restrição imposta pelo projeto.

Assim, em face do patente interesse público deste Projeto, espera-se contar com o apoio e com a receptividade dos Nobres Pares.

Sala de Sessões, em 25 de agosto de 2009.

Deputado William Woo

PSDB/SP

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

Capítulo I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

III - ninguém será submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante;

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

VII - é assegurada, nos termos da lei, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

XIII - é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer;

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

XV - é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens;

XVI - todos podem reunir-se pacificamente, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, desde que não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido prévio aviso à autoridade competente;

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento;

XIX - as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado;

XX - ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado;

XXI - as entidades associativas, quando expressamente autorizadas, têm legitimidade para representar seus filiados judicial ou extrajudicialmente;

XXII - é garantido o direito de propriedade;

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

XXIV - a lei estabelecerá o procedimento para desapropriação por necessidade ou utilidade pública, ou por interesse social, mediante justa e prévia indenização em dinheiro, ressalvados os casos previstos nesta Constituição;

XXV - no caso de iminente perigo público, a autoridade competente poderá usar de propriedade particular, assegurada ao proprietário indenização ulterior, se houver dano;

XXVI - a pequena propriedade rural, assim definida em lei, desde que trabalhada pela família, não será objeto de penhora para pagamento de débitos decorrentes de sua atividade produtiva, dispondo a lei sobre os meios de financiar o seu desenvolvimento;

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

XXX - é garantido o direito de herança;

XXXI - a sucessão de bens de estrangeiros situados no País será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, sempre que não lhes seja mais favorável a lei pessoal do *de cujus* ;

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos poderes públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder;

b) a obtenção de certidões em repartições públicas, para defesa de direitos e esclarecimento de situações de interesse pessoal;

XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;

XXXVI - a lei não prejudicará o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada;

XXXVII - não haverá juízo ou tribunal de exceção;

XXXVIII - é reconhecida a instituição do júri, com a organização que lhe der a lei, assegurados:

a) a plenitude de defesa;

b) o sigilo das votações;

c) a soberania dos veredictos;

d) a competência para o julgamento dos crimes dolosos contra a vida;

XXXIX - não há crime sem lei anterior que o defina, nem pena sem prévia cominação legal;

XL - a lei penal não retroagirá, salvo para beneficiar o réu;

XLI - a lei punirá qualquer discriminação atentatória dos direitos e liberdades fundamentais;

XLII - a prática do racismo constitui crime inafiançável e imprescritível, sujeito à pena de reclusão, nos termos da lei;

XLIII - a lei considerará crimes inafiançáveis e insuscetíveis de graça ou anistia a prática da tortura, o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o terrorismo e os definidos como crimes hediondos, por eles respondendo os mandantes, os executores e os que, podendo evitá-los, se omitirem;

XLIV - constitui crime inafiançável e imprescritível a ação de grupos armados, civis ou militares, contra a ordem constitucional e o Estado democrático;

XLV - nenhuma pena passará da pessoa do condenado, podendo a obrigação de reparar o dano e a decretação do perdimento de bens ser, nos termos da lei, estendidas aos sucessores e contra eles executadas, até o limite do valor do patrimônio transferido;

XLVI - a lei regulará a individualização da pena e adotará, entre outras, as seguintes:

a) privação ou restrição da liberdade;

b) perda de bens;

c) multa;

d) prestação social alternativa;

e) suspensão ou interdição de direitos;

XLVII - não haverá penas:

a) de morte, salvo em caso de guerra declarada, nos termos do art. 84, XIX;

b) de caráter perpétuo;

c) de trabalhos forçados;

d) de banimento;

e) cruéis;

XLVIII - a pena será cumprida em estabelecimentos distintos, de acordo com a natureza do delito, a idade e o sexo do apenado;

XLIX - é assegurado aos presos o respeito à integridade física e moral;

L - às presidiárias serão asseguradas condições para que possam permanecer com seus filhos durante o período de amamentação;

LI - nenhum brasileiro será extraditado, salvo o naturalizado, em caso de crime comum, praticado antes da naturalização, ou de comprovado envolvimento em tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, na forma da lei;

LII - não será concedida extradição de estrangeiro por crime político ou de opinião;

LIII - ninguém será processado nem sentenciado senão pela autoridade competente;

LIV - ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal;

LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

LVI - são inadmissíveis, no processo, as provas obtidas por meios ilícitos;

LVII - ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória;

LVIII - o civilmente identificado não será submetido a identificação criminal, salvo nas hipóteses previstas em lei;

LIX - será admitida ação privada nos crimes de ação pública, se esta não for intentada no prazo legal;

LX - a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social o exigirem;

LXI - ninguém será preso senão em flagrante delito ou por ordem escrita e fundamentada de autoridade judiciária competente, salvo nos casos de transgressão militar ou crime propriamente militar, definidos em lei;

LXII - a prisão de qualquer pessoa e o local onde se encontre serão comunicados imediatamente ao juiz competente e à família do preso ou à pessoa por ele indicada;

LXIII - o preso será informado de seus direitos, entre os quais o de permanecer calado, sendo-lhe assegurada a assistência da família e de advogado;

LXIV - o preso tem direito à identificação dos responsáveis por sua prisão ou por seu interrogatório policial;

LXV - a prisão ilegal será imediatamente relaxada pela autoridade judiciária;

LXVI - ninguém será levado à prisão ou nela mantido quando a lei admitir a liberdade provisória, com ou sem fiança;

LXVII - não haverá prisão civil por dívida, salvo a do responsável pelo inadimplemento voluntário e inescusável de obrigação alimentícia e a do depositário infiel;

LXVIII - conceder-se-á *habeas corpus* sempre que alguém sofrer ou se achar ameaçado de sofrer violência ou coação em sua liberdade de locomoção, por ilegalidade ou abuso de poder;

LXIX - conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por *habeas corpus* ou *habeas data* , quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do poder público;

LXX - o mandado de segurança coletivo pode ser impetrado por:

a) partido político com representação no Congresso Nacional;

b) organização sindical, entidade de classe ou associação legalmente constituída e em funcionamento há pelo menos um ano, em defesa dos interesses de seus membros ou associados;

LXXI - conceder-se-á mandado de injunção sempre que a falta de norma regulamentadora torne inviável o exercício dos direitos e liberdades constitucionais e das prerrogativas inerentes à nacionalidade, à soberania e à cidadania;

LXXII - conceder-se-á *habeas data* :

a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público;

b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo;

LXXIII - qualquer cidadão é parte legítima para propor ação popular que vise a anular ato lesivo ao patrimônio público ou de entidade de que o Estado participe, à moralidade administrativa, ao meio ambiente e ao patrimônio histórico e cultural, ficando o autor, salvo comprovada má-fé, isento de custas judiciais e do ônus da sucumbência;

LXXIV - o Estado prestará assistência jurídica integral e gratuita aos que comprovarem insuficiência de recursos;

LXXV - o Estado indenizará o condenado por erro judiciário, assim como o que ficar preso além do tempo fixado na sentença;

LXXVI - são gratuitos para os reconhecidamente pobres, na forma da lei:

a) o registro civil de nascimento;

b) a certidão de óbito;

LXXVII - são gratuitas as ações de *habeas corpus* e *habeas data* , e, na forma da lei, os atos necessários ao exercício da cidadania.

LXXVIII - a todos, no âmbito judicial e administrativo, são assegurados a razoável duração do processo e os meios que garantam a celeridade de sua tramitação. *(Inciso acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004)*

§ 1º As normas definidoras dos direitos e garantias fundamentais têm aplicação imediata.

§ 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

§ 3º Os tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais. *(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004)*

§ 4º O Brasil se submete à jurisdição de Tribunal Penal Internacional a cuja criação tenha manifestado adesão. *(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004)*

CAPÍTULO II
DOS DIREITOS SOCIAIS

Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. *(Artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 26, de 2000)*

.....

TÍTULO III
DA ORGANIZAÇÃO DO ESTADO

.....

CAPÍTULO II
DA UNIÃO

.....

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

I - direito tributário, financeiro, penitenciário, econômico e urbanístico;

II - orçamento;

III - juntas comerciais;

IV - custas dos serviços forenses;

V - produção e consumo;

VI - florestas, caça, pesca, fauna, conservação da natureza, defesa do solo e dos recursos naturais, proteção do meio ambiente e controle da poluição;

VII - proteção ao patrimônio histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico;

VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IX - educação, cultura, ensino e desporto;

X - criação, funcionamento e processo do juizado de pequenas causas;

XI - procedimentos em matéria processual;

XII - previdência social, proteção e defesa da saúde;

XIII - assistência jurídica e defensoria pública;

XIV - proteção e integração social das pessoas portadoras de deficiência;

XV - proteção à infância e à juventude;

XVI - organização, garantias, direitos e deveres das polícias civis.

§ 1º No âmbito da legislação concorrente, a competência da União limitar-se-á a estabelecer normas gerais.

§ 2º A competência da União para legislar sobre normas gerais não exclui a competência suplementar dos Estados.

§ 3º Inexistindo lei federal sobre normas gerais, os Estados exercerão a competência legislativa plena, para atender a suas peculiaridades.

§ 4º A superveniência de lei federal sobre normas gerais suspende a eficácia da lei estadual, no que lhe for contrário.

CAPÍTULO III
DOS ESTADOS FEDERADOS

Art. 25. Os Estados organizam-se e regem-se pelas Constituições e leis que adotarem, observados os princípios desta Constituição.

§ 1º São reservadas aos Estados as competências que não lhes sejam vedadas por esta Constituição.

§ 2º Cabe aos Estados explorar diretamente, ou mediante concessão, os serviços locais de gás canalizado, na forma da lei, vedada a edição de medida provisória para a sua regulamentação. *(Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 5, de 1995)*

§ 3º Os Estados poderão, mediante lei complementar, instituir regiões metropolitanas, aglomerações urbanas e microrregiões, constituídas por agrupamentos de Municípios limítrofes, para integrar a organização, o planejamento e a execução de funções públicas de interesse comum.

.....

TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 2003)*

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995)*

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Art. 171. *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995)*

Art. 172. A lei disciplinará, com base no interesse nacional, os investimentos de capital estrangeiro, incentivará os reinvestimentos e regulará a remessa de lucros.

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO II
DA SEGURIDADE SOCIAL

.....

Seção II
Da Saúde

Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

Art. 197. São de relevância pública as ações e serviços de saúde, cabendo ao poder público dispor, nos termos da lei, sobre sua regulamentação, fiscalização e controle, devendo sua execução ser feita diretamente ou através de terceiros e, também, por pessoa física ou jurídica de direito privado.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

III - inutilização do produto;

IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V - proibição de fabricação do produto;

VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII - suspensão temporária de atividade;

VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993)*

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993)*

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante

procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, freqüência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

TÍTULO II
DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes .

.....
.....

DECRETO Nº 5.658, DE 2 DE JANEIRO DE 2006

Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e

Considerando que o Congresso Nacional aprovou o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005;

Considerando que o Governo brasileiro ratificou a citada Convenção em 3 de novembro de 2005;

Considerando que a Convenção entrou em vigor internacional em 27 de fevereiro de 2005, e entra em vigor para o Brasil em 1º de fevereiro de 2006;

Decreta :

Art. 1º A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003, e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003, apensa por cópia ao presente Decreto, será executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém.

Art. 2º São sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão da referida Convenção ou que acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional, nos termos do art. 49, inciso I, da Constituição.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 2 de janeiro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Celso Luiz Nunes Amorim

Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças

relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros

organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco - incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde - às atividades de controle do tabaco no âmbito nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de dezembro de 1979, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica;

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde;

Acordaram o seguinte:

.....

PARTE III:
MEDIDAS RELATIVAS À REDUÇÃO DA DEMANDA DE TABACO

.....

Artigo 8

Proteção contra a exposição à fumaça do tabaco

1. As Partes reconhecem que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que a exposição à fumaça do tabaco causa morte, doença e incapacidade.

2. Cada Parte adotará e aplicará, em áreas de sua jurisdição nacional existente, e conforme determine a legislação nacional, medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas eficazes de proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em locais fechados de trabalho, meios de transporte público, lugares públicos fechados e, se for o caso, outros lugares públicos, e promoverá ativamente a adoção e aplicação dessas medidas em outros níveis jurisdicionais.

Artigo 9

Regulamentação do conteúdo dos produtos de tabaco

A Conferência das Partes, mediante consulta aos organismos internacionais competentes, proporá diretrizes para a análise e a mensuração dos conteúdos e emissões dos produtos de tabaco, bem como para a regulamentação desses conteúdos e emissões. Cada Parte adotará e aplicará medidas legislativas, executivas e administrativas, ou outras medidas eficazes aprovadas pelas autoridades nacionais competentes, para a efetiva realização daquelas análises, mensuração e regulamentação.

.....

.....

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou

público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 6.031, DE 2009

(Do Sr. Vital do Rêgo Filho)

Altera a redação de dispositivos da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2613/2000.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta lei altera a redação de dispositivos do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Art. 2º. Acrescente-se, um inciso ao art. 81 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, dando-lhe a seguinte redação:

"Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III ***- cigarros****;*

IV - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

V- fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

VI - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VII- bilhetes lotéricos e equivalentes. (NR)"

Art. 3º. O art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 243. Vender, fornecer, ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, bebida alcóolica, produtos fumígenos ou outros cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena
.....(NR)"

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

JUSTIFICAÇÃO

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, e à dignidade, dentre tantos.

Considerando tal premissa, apresentamos a presente proposição com o fito de corrigir uma lacuna existente na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – o Estatuto da Criança e do Adolescente, em razão desta não ter previsto a expressão **cigarros** em um dos incisos do artigo 81 e de semelhante modo a referência a **produtos fumígenos** no art. 243.

Vivenciamos cada dia mais grandes campanhas de conscientização para que a população brasileira pare de fumar. No entanto, os estabelecimentos que vendem produtos fumígenos nem sempre cumprem o seu papel quando o assunto é a venda de cigarros a adolescentes. Embora a legislação tenha previsto pena de 2 a 4 anos a quem vende, fornece, ministra ou entrega a menores de 18 anos produtos que gerem dependência.

Essa questão não engloba somente os estabelecimentos comerciais como dispõe a lei, mas esta alcança outros limites além da venda. Daí acrescentarmos as expressões **cigarros** e **produtos fumígenos** para explicitar no texto do Estatuto da Criança e do Adolescente tais indicações. Reforçando os cuidados que devem ter aqueles que inadvertidamente ou de propósito vendem, fornecem, ministram ou entregam aos menores de 18 anos produtos que gerem dependência. O acesso de adolescentes a cigarros é irrestrito, como podemos ver em toda a parte. Agora, como estes têm contato com o fumo ninguém se arrisca dizer ou se omitem, simplesmente.

De acordo com o posicionamento de psiquiatras, na adolescência o sistema nervoso central ainda está em maturação e o contato com cigarro nesse período aumenta de cinco a seis vezes a possibilidade de a pessoa se tornar dependente. Frisando ainda que aproximadamente 90% dos dependentes de drogas ilícitas começam o vício com drogas lícitas – cigarro e álcool.

Assim, é pressuposto essencial desta iniciativa proporcionar elementos que facilitem o correto desenvolvimento físico e psicológico das crianças e dos jovens brasileiros, por isto espero poder contar com o apoio dos meus nobres Pares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 09 de setembro de 2009.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

Seção I
Da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....

Art. 78. As revistas e publicações contendo material impróprio ou inadequado a crianças e adolescentes deverão ser comercializadas em embalagem lacrada, com a advertência de seu conteúdo.

Parágrafo único. As editoras cuidarão para que as capas que contenham mensagens pornográficas ou obscenas sejam protegidas com embalagem opaca.

Art. 79. As revistas e publicações destinadas ao público infanto-juvenil não poderão conter ilustrações, fotografias, legendas, crônicas ou anúncios de bebidas alcoólicas, tabaco, armas e munições, e deverão respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 80. Os responsáveis por estabelecimentos que explorem comercialmente bilhar, sinuca ou congênere ou por casas de jogos, assim entendidas as que realizem apostas, ainda que eventualmente, cuidarão para que não seja permitida a entrada e a permanência de crianças e adolescentes no local, afixando aviso para orientação do público.

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

.....

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 6.411, DE 2009

(Do Sr. Acélio Casagrande)

Modifica os arts. 81 e 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 6869/2010.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta Lei modifica a redação dos artigos 81 e 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente.

Art. 2º. O inciso III do art. 81 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

> "Art. 81. .....
> III – produtos cujos componentes possam causar dependência física, química ou psíquica ainda que por utilização indevida"
> .....

Art.3º. O Caput do art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação

> "Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, bebidas alcoólicas e produtos cujos componentes possam causar dependência química, física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:"

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei visa alterar o inciso III do artigo 81 e o caput do artigo 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

A alteração proposta para o inciso III do artigo 81 é a inclusão da expressão "química" entre os produtos cuja venda é proibida para criança ou adolescente. A expressão visa combater o crescente uso de drogas na juventude e aprimorar o texto da legislação ao determina a proibição para produtos que possam causar dependência química.

A alteração do caput do artigo 243 visa à inclusão das expressões "bebidas alcoólicas" e "química" para definir explicitamente na legislação que a venda, o fornecimento, a ministração ou entrega de bebidas alcoólicas a criança ou adolescente possa ser tipificada como crime previsto no artigo 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente e pode causar dependência química.

A atual redação do referido dispositivo é muito abrangente, ao definir como "produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda por utilização indevida.

Com as alterações que estamos propondo para os artigos 81 e 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente, não estamos penalizando o infrator e sim o agente causador do fato que causa dependência química, física e psíquica em milhares de crianças e adolescentes no Brasil.

Considerando o alto alcance social contido nestas propostas é que contamos com o apoio do ilustres pares para sua aprovação.

Plenário Ulysses Guimarães, em 12 de novembro de 2009.

ACÉLIO CASAGRANDE
Deputado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.556, DE 2009

(Do Sr. Dr. Talmir)

Dispõe sobre a proibição à importação de cigarros e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-3474/2004.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta lei dispõe sobre a proibição à importação de cigarros e dá outras providências.

Art. 2º. Fica proibida a importação de cigarros no Brasil.

Art. 3º. A importação ilegal de cigarros sujeita o infrator às penalidades previstas no ordenamento jurídico e na regulamentação aduaneira para as demais importações de produtos proibidos.

Art. 4º. Esta lei entra em vigor após decorridos trezentos e sessenta dias de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Atualmente, já são por demais conhecidos os efeitos nefastos do tabagismo sobre a saúde humana. De acordo com dados da Organização Mundial de Saúde, o uso do tabaco é responsável, globalmente, por uma morte a cada seis segundos, e é um fator de risco para nada menos que seis das oito principais causas de morte no mundo.

Sobre o tema, é importante também observar as consequências do tabaco sobre a redução da qualidade de vida individual e coletiva, bem como seus efeitos sobre a elevação dos custos relacionados à assistência à saúde, drenando importantes divisas para o setor. Esses aspectos mostram claramente a importância do combate ao fumo, que deve adotar uma multiplicidade de abordagens distintas para a preservação da saúde pública.

Uma das abordagens que deve ser discutida refere-se à proibição da importação de cigarros no País. Por uma série de fatores, consideramos não ser viável proibir a comercialização de cigarros em todo o território nacional, inclusive face aos prejuízos que, subitamente, poderiam ser causados às famílias cujos empregos ainda dependem da fabricação desse produto. Face à essa impossibilidade no presente, uma medida intermediária que pode e deve ser adotada é a proibição da importação do produto no Brasil.

Acreditamos que a medida não fere as regras internacionais, uma vez que busca-se, tão somente, contribuir para a proteção à saúde e à vida dos brasileiros.

Por fim, esclarecemos que essa iniciativa não deve ser interpretada de forma isolada, mas deve ser considerada como integrante de um amplo conjunto de ações que o País vem adotando na constante luta para livrar nossa população dos malefícios causados pelo cigarro. Trata-se, assim, de uma medida que, embora complementar, se mostrará, hoje e no futuro, de grande relevância para a consecução desse objetivo.

Desta forma, certos do aspecto meritório da presente proposição, contamos com o apoio dos nobres pares para a sua aprovação

Sala das Sessões, em 8 de dezembro de 2009.

Deputado **DR. TALMIR**

PROJETO DE LEI N.º 7.093, DE 2010

(Do Sr. Nilson Mourão)

Dispõe sobre a proibição de publicidade comercial de produtos derivados de tabaco e bebidas alcoólicas nos veículos de comunicação concessionários e permissionários do serviço público em todo o território nacional.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 1277/1999.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibido a publicidade comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco e bebidas alcoólicas, nos veículos de comunicação concessionários e permissionários do serviço público em todo o território nacional.

Parágrafo único. São consideradas bebidas alcoólicas, para efeito desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Art. 2º Quanto aos produtos referidos no artigo anterior, é expressamente proibido a veiculação de qualquer publicidade indireta, também denominada merchandising, inserida durante programação produzida pelos meios de comunicação que dependem de concessão pública.

Art. 3º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – Advertência;

II – Suspensão da veiculação de qualquer outra propaganda comercial durante 24 horas, no veículo de divulgação da publicidade;

III – Multa de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) à R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

IV – Suspensão da programação do órgão de comunicação social, pelo tempo de 30 minutos, por cada propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º O Poder Executivo definirá os órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo e suas respectivas competências.

Art. 4º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Algumas iniciativas legislativas vêm sendo tomadas nos últimos anos para conter a propaganda comercial de bebidas alcoólicas e cigarros em nosso País. Com elas a sociedade conquistou grandes avanços na diminuição de fumantes de no consumo de bebidas, especialmente entre os adolescentes, idade em que o individuo em formação de comportamento, sofre mais fortemente as influências externas.

A adolescência é um período da vida em que o indivíduo inicia o processo de afirmação da sua identidade, e, aparentemente, alguns hábitos são estabelecidos, os quais podem persistir na vida adulta, dentre eles, os hábitos relacionados ao uso de álcool, tabaco e outras drogas.

Durante este período ocorrem modificações somáticas, psicológicas e sociais importantes no indivíduo. Segundo a Organização Mundial de Saúde os limites cronológicos da adolescência situam-se entre 10 e 20 anos de idade. Todo o processo de transformação física do adolescente é, normalmente, acompanhado de um processo de evolução psicológica e de um comportamento típico desta fase de desenvolvimento denominada de Síndrome da Adolescência Normal.

Assim, a propaganda é utilizada para a formação de um padrão de comportamento, que no caso a que se propõe corrigir essa Lei, incentiva fortemente as pessoas ao uso de produtos fumígenos, especialmente o cigarro, e ao consumo de bebidas alcoólicas que podem se transformar em hábitos para toda a vida.

O uso de estratégias de marketing combinadas com a psicologia vem servindo não apenas para vender determinados produtos, mas esta união está a serviço da permeabilidade do comportamento e as possibilidades de como influenciá-lo. Assim, a associação de imagens de homens bem sucedidos, com belos automóveis, mulheres bonitas ou jovens felizes em aventuras radicais, com determinada marca de cigarro ou bebida alcoólica, tem por finalidade, criar um padrão de comportamento que identifica o produto ao estilo de vida que é idealizado pela maioria, nessa faixa etária.

Vemos todos os dias os efeitos nocivos do fumo e do álcool nos indicadores de saúde e no estratosférico orçamento do Ministério da Saúde destinado ao

combate às doenças causadas pelo consumo desses produtos, apesar de se encontrar indicados nos seus respectivos rótulos, por força da Lei nº 10.702, de 14 de julho de 2003, advertências quanto a prejudicialidade de seu uso.

Todavia ao abrirmos as páginas dos jornais todos os dias, encontramos fatos que nos levam a perceber que ainda é insuficiente o alcance dessa determinação legal. Os acidentes de trânsito ocasionados pelos efeitos do uso de bebidas alcoólicas, vêm vitimando milhares de pessoas todos os anos no Brasil. Isso nos leva a crer que é chegada a hora de impedirmos a publicidade comercial desses produtos como forma de preservarmos crianças e jovens numa fase tão suscetível à influências sobre seu comportamento.

Pelo exposto, ofereço essa proposição contando com uma profícua discussão nesta Casa sobre o assunto que ora apresento e ao final conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação dessa matéria.

Sala das Sessões, em 07 de abril de 2010

Deputado NILSON MOURÃO – PT/AC

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 10.702, DE 14 DE JULHO DE 2003

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.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 3ºA .....
.....
VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;
IX - a venda a menores de dezoito anos.

§ 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.
§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. "(NR)

"Art. 3ºC. A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 fumígeros, 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 seqüencialmente, 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. " (NR)

"Art. 9º. .....
.....
VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3º A, as sanções previstas na Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.
.....
§ 5º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. " (NR)

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

Brasília, 14 de julho de 2003; 182º da Independência e 115º da República.

JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA
Humberto Sérgio Costa Lima
Agnelo Santos Queiroz Filho
Márcio Favilla Lucca de Paula
José Dirceu de Oliveira e Silva

PROJETO DE LEI N.º 7.233, DE 2010

(Do Sr. Leandro Sampaio)

Proíbe a venda de cigarros, cigarrilhas e charutos aromatizados no país e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-928/2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º — Esta lei estabelece a proibição da importação e comercialização de produtos fumígenos aromatizados em todo o território nacional.

Art. 2º — Fica proibida a importação e a comercialização, em todo o território nacional de cigarros, cigarrilhas e charutos aromatizados.

Parágrafo único — A proibição desta lei estende-se a qualquer produto fumígeno aromatizado ou que contenha qualquer tipo de substância aromática que venha mascarar, atenuar o gosto, o cheiro ou os efeitos da nicotina ou de qualquer outro princípio presente nos produtos fumígenos.

Art. 3º — Os fabricantes de qualquer produto fumígeno terão que apresentar à ANVISA informação sobre ingredientes e aditivos acrescentados em seus produtos.

Art. 4º — A indústria de qualquer produto fumígeno fica proibida de usar termos como "light" (leve), "low" (baixo), e "mild"(suave) em seus produtos.

Art. 5º — Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

J U S T I F I C A Ç Ã O

Foi proibido nos Estados Unidos e no Canadá no final do ano passado a venda de cigarros aromatizados. A proibição buscou acabar com a venda de produtos de tabaco com chocolate, baunilha, cravo e outros condimentos que atraem crianças e adolescentes ao fumo. As autoridades americanas estão, no presente, estudando a regulação de produtos mentolados e deram indicações de que em breve poderão tomar atitudes similares em relação ao mercado ainda maior de charutos e cigarrilhas aromatizados.

Estes cigarros aromatizados são a porta de entrada para muitas crianças e jovens adultos se tornarem fumantes. Em 2004, fumantes de 17 anos tinham três vezes ou mais propensão ao uso de cigarros aromatizados do que aqueles com 25 anos ou mais, e viam estes produtos como mais seguros. Entre as marcas mais famosas de cigarros aromatizados está a série Camel Exotic Blends da R.J. Reynolds, com sabores como limão, piña colada e caramelo.

Segundo o Inca, os cigarros aromatizados com manga, cereja, chocolate, menta, cravo, baunilha e outros sabores agradáveis “são enrolados à mão com folhas secas de Tendu ou Temburni e amarrados por uma linha em uma das pontas. Mas o resultado para a saúde não é nenhum pouco agradável. O consumo é mais perigoso que o de um cigarro normal. Não possuem filtro e produzem três vezes mais monóxido de carbono e mais de cinco vezes mais alcatrão que um cigarro comum. Como os outros produtos de tabaco, os bidis aumentam o risco de doenças cardiovasculares, de câncer de cavidade oral, faringe, laringe, pulmão, esôfago e fígado. Está associado também à morte perinatal quando fumado durante a gravidez”.

Fumantes, sobretudo adolescentes e jovens, têm mais dificuldade para largar o vício do tabaco quando tragam cigarros aromatizados com mentol. Pesquisa realizada pela Universidade de Medicina e Odontologia de Nova Jersey (EUA) com 1.688 que buscaram tratamento especializado para parar de fumar mostrou que, entre os adeptos desse tipo de cigarro, as taxas de abandono do vício nas primeiras quatro semanas foram menores.

Os pesquisadores mencionam o maior risco de dependência entre os que fumam cigarros aromatizados por causa do mascaramento das substâncias nocivas. Para eles, a

refrescância camufla o gosto desagradável, propicia uma tragada mais profunda e, consequentemente, mais inalação de substâncias viciadoras.

Além da nicotina, qualquer outra substância agregada poderia, pelo sabor, dificultar o abandono. Isso ocorre com o cigarro mentolado e com outros tipos, como o narguilé. É todo o clima que envolve, quando há alguma novidade na forma de consumo. Isso tem se mostrado fator dificultante na parada do tabagismo.

Estudos anteriores mostraram que fumantes de cigarro mentolado inalam mais fumaça por tragada especialmente quando o consumo diário é restrito, o que pode ocorrer quando o fumante não tem condições de comprar muitas carteiras de cigarro. Uma alta inalação de toxinas de uma só vez pode gerar uma maior dependência e posterior dificuldade para deixar o vício.

Esses cigarros aromatizados, verdadeira praga oferecida aos jovens, são aqueles que camuflam o gosto da nicotina e viciam mais rápido os adolescentes. Já está na hora de fechar o cerco aos cigarros aromatizados.

Esse tipo de produto, já está mais do que provado incentiva o consumo precoce, inclusive entre crianças, e causam mais dependência. Segundo a revista ISTOÉ de 14 de abril de 2010, “hoje, eles são encontrados por aqui nos mais diversos sabores, do tradicional menta, passando pelo de cereja (o preferido das garotas), até chocolate e baunilha. E as novidades não param de chegar. Há um mês, a Souza Cruz lançou um com cápsula de mentol no filtro, que, ao ser apertada, libera o sabor. O jovem é atraído pelos aromas variados e vai se tornando dependente, afirma a psiquiatra Célia Lídia da Costa, coordenadora do Núcleo de Apoio ao Tabagista do Hospital do Câncer A. C. Camargo de São Paulo. Segundo ela, ainda há poucos estudos sobre os saborizados, mas já se sabe que quem os consome fuma mais do que os adeptos do tradicional, já que o gosto da nicotina é camuflado”.

Pesquisa feita entre 2002 e 2005 pelo Instituto Nacional do Câncer (Inca), com a Universidade Johns Hopkins, dos Estados Unidos, revelou que 44% dos estudantes brasileiros entre 13 e 15 anos que fumam regularmente preferem os aromatizados. A pesquisa ouviu 13 mil alunos de 170 escolas de dez capitais brasileiras.

Segundo o diregor-geral do Inca, Luiz Antônio Santini, os cigarros com sabor nada mais são que uma alternativa para atrair novos fumantes. “Daqui a pouco lançam até de cupuaçu”, critica o diretor da Anvisa José Agenor Álvares da Silva.

A menta, por exemplo, tem poder anestésico, que ameniza a irritação na garganta, e o chocolate, por sua vez, é um broncodilatador, aumentando a absorção da nicotina pelo organismo.

Devido à urgência da situação atual, observada no número impressionante de males que esses produtos têm causado à parcela mais carente de atenção do Estado, que são os jovens, crianças e adolescentes, é que vemos nesta proposição a oportunidade de se proibir de vez essa indústria que tantos malefícios traz, preocupada que é apenas com seus próprios lucros. Para alcançá-los, não se envergonha de camuflar o gosto e os efeitos mortais desse produto que já deveria ter sido banido de todo o mundo que é o cigarro e seus similares. Por isso é que estou certo de contar com os meus pares na aprovação terminativa desta proposição.

Sala das Sessões, em 29 de abril de 2010.

Deputado **LEANDRO SAMPAIO**

PPS/RJ

PROJETO DE LEI N.º 7.307, DE 2010

(Da Sra. Maria Lúcia Cardoso)

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".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6869/2010.

O Congresso Nacional decreta:

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

“Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão, jornais, revistas e outras formas de mídia impressa é proibida.

§ 1° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".”

Art. 2º O art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 2°, 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.”

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas está na raiz de muitos dos males que assolam nossa sociedade. De fato, a associação entre acidentes de trânsito, acidentes laborais, violências domésticas e nas ruas, doenças e transtornos físicos e mentais está mais do que estabelecida. As estatísticas sobejamente conhecidas demonstram que tais atos são cometidos, em sua maioria, sob o efeito do álcool.

Não obstante esse fato, toleramos o consumo do álcool em excesso e até o estímulo a tal consumo por intermédio de propagandas, na maioria das vezes bem-humoradas e que elidem o mal que essas bebidas trazem à saúde e para o tecido social.

Cremos que é hora de darmos um basta a esse comportamento irresponsável e, de uma vez por todas, banirmos a propaganda e o incentivo que decorre desses reclames dos lares brasileiros.

Nesse sentido, propomos pura e simplesmente que se proíba a veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas de todos os veículos de comunicação.

Desse modo, esperamos contar com o apoiamento de nossos ilustres Pares no Congresso Nacional para aprovar essa medida que, com toda a certeza, representará passo importante preservação da saúde de nossos cidadãos e da paz em nosso País.

Sala das Sessões, em 12 de maio de 2010 .

Deputada MARIA LÚCIA CARDOSO

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 Nº 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. 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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 7.735, DE 2010

(Do Sr. Mauro Mariani)

Incluir a expressão "bebida alcoólica" no art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6411/2009.
POR OPORTUNO, TENDO EM VISTA A CORRELAÇÃO DE MATÉRIAS, DETERMINO A APENSAÇÃO DO PL 6411/09 AO PL 6869/10.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei veda expressamente a venda de bebida alcóolica a menores de dezoito anos.

Art. 2º O art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 243. Vender, fornecer, ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem

justa causa, bebida alcóolica ou outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

....."(NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O objetivo desta proposição é deixar claro que o fornecimento de bebida alcóolica a criança e adolescente é vedado por lei. O texto atual do Estatuto da Criança e do Adolescente não é claro quanto a esta restrição.

É necessário que se explicite a proibição de fornecer, por qualquer meio, bebida alcóolica a menor de dezoito anos, seja a título de venda, seja gratuitamente ou apenas para que entregue a outras pessoas.

O consumo de bebidas alcóolicas por menores tem-se tornado cada vez mais intenso; basta observar o que acontece em bares e restaurantes, em que jovens consomem abertamente bebida alcóolica, sendo servidos, muitas vezes, pelos garçons, normalmente, como se adultos fossem.

Em casa, também é frequente os pais permitirem esse consumo por menores, durante a realização de festas familiares, o que tem levado as crianças e adolescentes a consumirem quantidades cada vez maiores de bebidas alcóolicas.

Como o texto de lei não diz claramente "bebida alcóolica", mas refere-se à substância que possa causar dependência, a questão fica em aberto, permitindo interpretações diversas, em prejuízo dos jovens que se tornam dependentes de bebidas alcóolicas já na tenra idade.

Por esse motivo, apresento este Projeto de Lei com a finalidade de incluir no art. 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente a expressão "bebida alcoólica", para que se possa expurgar de uma vez por todas qualquer possibilidade de equívoco quanto à interpretação da lei no que tange à vedação de servir bebida alcóolica a menores de dezoito anos.

Sala das Sessões, em 04 de agosto de 2010.

Deputado MAURO MARIANI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 290, DE 2011

(Do Sr. Dr. Aluizio)

Dispõe sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco e fumígeros em geral.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-1788/2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco e demais fumígeros, por parte dos estabelecimentos comerciais em geral.

Art. 2º A venda de produtos derivados da folha do tabaco e de fumígeros em geral fica permitida apenas nos estabelecimentos comerciais cuja atividade econômica, constante no seu registro na Junta Comercial, seja **exclusivamente** destinada ao comércio dos produtos de que trata este artigo**.**

Art. 3º Os estabelecimentos que comercializarem os produtos de que trata o art. 1º desta Lei, não podem afixar propagandas nas suas vitrines com face para as calçadas, bem como não podem fazê-las nas placas de sinalização, devendo as mesmas conter apenas as informações da característica comercial do estabelecimento e o seu nome de fantasia.

Art. 4º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator às seguintes penalidades:

I – advertência;

II – multa de até 10 salários mínimos, se reincidente;

III – interdição do estabelecimento.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo caracteriza-se pelo ato de se consumir cigarros ou outros produtos que contenham tabaco, cuja droga ou princípio ativo é a nicotina - substância cancerígena que é também a causadora do vício.

A nicotina diminui a capacidade de circulação sangüínea, aumenta a deposição de gordura nas paredes dos vasos e sobrecarrega o coração, podendo levar ao infarto do miocárdio e ao câncer. Em altas concentrações, é também venenosa.

No entanto, o papel mais importante da nicotina é reforçar e potencializar a vontade de fumar. Ela atua da mesma forma que a cocaína, o álcool e a morfina, causando dependência.

O tabaco pode ser usado de diversas maneiras, de acordo com sua forma de apresentação.

Pode ser inalado (através de cigarro, charuto e cigarro de palha), aspirado (rapé) ou mascado (fumo-de-rolo), sendo maléfico à saúde sob todas as formas.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) afirma que o tabagismo deve ser considerado uma pandemia - a maior pandemia da história na definição da OMC, sendo fumantes o equivalente a um terço da população adulta do mundo - ou seja, uma epidemia generalizada que, assim sendo, precisa ser combatida.

O tabaco causa cerca de 50 doenças diferentes, (principalmente as ardiovasculares, como hipertensão, infarto, angina e derrame) sendo responsável por diversas mortes por câncer (de pulmão, de boca, laringe, esôfago, estômago, pâncreas, rim e bexiga) e doenças respiratórias obstrutivas (como a bronquite crônica e enfisema pulmonar).

Ele também diminui as defesas do organismo e com isso o fumante tende a aumentar a incidência de adquirir doenças como a gripe e a tuberculose. O tabaco também causa impotência sexual.

Durante a gravidez, o fumo gera sérios riscos para a gestante e para o feto, como abortos espontâneos, nascimentos prematuros, deslocamento de placenta, episódios de sangramento e mortes fetais e de recém-nascidos devido aos efeitos do monóxido de carbono e da nicotina exercidos sobre o feto após a absorção dessas substâncias através do organismo materno.

A fumaça do cigarro contém toxinas que produzem irritação nos olhos, nariz e garganta, bem como diminuem a mobilidade dos cílios pulmonares, ocasionando alergia respiratória em fumantes e não-fumantes, que são os chamados fumantes-passivos.

Diante destas argumentações, conclamamos os nobres pares a aprovação desta matéria.

Sala das Sessões, em 9 de fevereiro de 2011.

Deputado **DR. ALUÍZIO**
PV/RJ

PROJETO DE LEI N.º 590, DE 2011

(Do Sr. Aureo)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições adicionais à publicidade de bebidas alcóolicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-7093/2010.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições à publicidade de bebidas alcoólicas em locais destinados à prática de desportos e à participação de desportistas em peças publicitárias destinadas à sua promoção.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes modificações:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a dois graus Gay-Lussac. (NR)"

.....

"Art. 4º .....

.....

§ 1º-A Em relação aos produtos de que trata este artigo, é vedado:

I – o patrocínio de atividade esportiva;

II – a propaganda fixa ou móvel em locais destinados à prática de desportos;

III – a participação de desportistas profissionais ou praticantes de desportos olímpicos ou de competição em peças publicitárias e merchandising. (NR)

.....

§ 3º O Poder Executivo poderá selecionar outras advertências, associando o consumo de bebidas alcoólicas à incidência de acidentes de trânsito, à perda de desempenho em atividades físicas e aos danos à saúde advindos do consumo excessivo. (NR)"

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A propaganda de bebidas alcoólicas, em especial as de baixo teor, que hoje são livremente promovidas, tem fugido ao controle dos veículos de comunicação e da sociedade. A associação do álcool a atividades lúdicas e saudáveis, à beleza e ao desempenho físico e social criam um clima de permissividade que contrasta com as evidências de que seu consumo é importante fator de aumento dos acidentes de trânsito, de conflitos familiares, de perda de desempenho profissional e de incidência de doenças como cirrose, úlcera e câncer.

Causa especial preocupação o vínculo que se tenta estabelecer entre o álcool e o esporte, sugerindo que tal associação seja usual e corriqueira. Trata-se de conjectura inverídica. É precisamente o contrário, quem pratica esportes deve evitar o consumo do álcool.

Diante de tal quadro, não resta ao legislador senão estabelecer restrições adicionais à propaganda comercial de bebidas alcoólicas, com o intuito de reduzir a pressão sobre o consumidor em potencial.

Para tal, oferecemos este projeto que, ao par de reduzir a faixa de tolerância de teor alcoólico para enquadramento da bebida nessas restrições,

limita as possibilidades de vinculação do álcool com o esporte, proibindo o patrocínio de atividades esportivas, a propaganda em locais de competição e a participação de atletas e praticantes em peças publicitárias e em merchandising.

Estamos cientes de que tais restrições serão desfavoráveis ao extenso mercado de agências e veículos que alocam seus esforços a tais contas. No entanto, o outro lado da moeda é a melhoria da qualidade de vida do brasileiro, que escolherá o consumo de modo livre e responsável, sem essa pressão da mídia que hoje revela-se abusiva.

Pelo exposto, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares para a discussão e apreciação desta iniciativa.

Sala das Sessões, em 24 de fevereiro de 2011.

Deputado AUREO

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 639, DE 2011

(Da Sra. Lauriete)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção, em propaganda nos meios de comunicação social, de informação alusiva à prática de crime em situação de direção de veículos quando o condutor estiver sob o efeito de álcool.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4160/1998.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção, em propaganda nos meios de comunicação social, de informação alusiva à prática de crime em situação de direção de veículos quando o condutor estiver sob o efeito de álcool.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida dos seguintes dispositivos:

"Art. 3º-D Quanto aos produtos referidos no parágrafo único do art. 1º desta Lei, são proibidos:

I – a venda por via postal;

II – a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III – a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

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

V – o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

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

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

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

IX – a venda a menores de dezoito anos.

Art. 3º-E 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 referidos no parágrafo único do art. 1º desta Lei exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do álcool.

§ 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 álcool com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I – "Beber e dirigir é crime";

II – "Beber e dirigir pode dar cadeia";

III – "Mistura perigosa: bebida e automóvel

IV - "Mistura criminosa: bebida e direção".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Assistimos, todos os dias, inúmeras cenas de violência causadas pela mistura de álcool e direção. Vidas são ceifadas e cicatrizes profundas são marcadas em nossa população. Se, por um lado, a legislação já avançou no que se refere aos malefícios causados pelos produtos fumígeros, muito ainda há que se fazer quanto ao consumo irresponsável de álcool.

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, parece-nos desequilibrada no que se refere às advertências em propaganda de produtos do fumo e do álcool. Se para os primeiros muitos dispositivos procuram controlar a propaganda, o mesmo não se pode dizer quanto aos produtos alcoólicos. Nossa intenção ao apresentar este Projeto de Lei é focar a questão da propaganda de álcool no ato criminoso de dirigir embriagado. O crime já está tipificado no Código Brasileiro de Trânsito, entretanto sua divulgação não consta da Lei nº 9.294/96.

Tal proposição merece e justifica-se, se consideramos, apenas, as estatísticas oficiais que dão-nos conta sobre as vítimas por violência urbana e as vítimas de tiroteio. Comparadas com as vítimas oriundas de acidentes em que o álcool teve atuação considerável, é, de longe, maior o número destes.

Temos a convicção de que o cerne do combate à direção irresponsável é a maciça divulgação em propaganda dos efeitos criminais de tal prática. Sabendo dos efeitos penais, a resposta mais esperada é a efetiva redução da combinação álcool e direção.

Enfrentar este mal, de forma direta e precisa, tem que ser ato contínuo. Não podemos mais aceitar que nossa juventude seja imolada, em favor de uns poucos e, nós parlamentares nada façamos. Desta forma, encarecemos o apoio dos ilustres parlamentares para a célere tramitação e aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 02 de março de 2011.

Deputada **LAURIETE**
PSC-ES

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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".
.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 703, DE 2011

(Do Sr. Paulo Pimenta)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estendendo as restrições da publicidade de bebidas alcoólicas a cervejas e assemelhados.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2134/2007.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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”, estendendo as restrições da publicidade de bebidas alcoólicas a cervejas e assemelhados.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes modificações:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a zero vírgula cinco grau Gay-Lussac (NR)."

"Art. 4º.....

§ 3º As disposições deste artigo aplicam-se inclusive à cerveja, ao chope e a bebidas assemelhadas, mesmo que apresentem teor alcoólico inferior aos limites referidos no parágrafo único do art. 1º."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo abusivo de bebidas alcoólicas assumiu proporções trágicas no País. O período de carnaval de 2011, em particular, registrou número recorde de acidentes nas estradas. Cerca de 4.100 acidentes, com 2.441 feridos e 213 vítimas fatais, marcaram a trágica semana. Dos 34 mil testes com bafômetro realizados, mais de mil foram positivos e cerca de 500 pessoas foram detidas por dirigir embriagadas. Isto representa um flagrante a cada 32 testes, praticamente o dobro da incidência observada em países europeus. Padrões internacionais apontam que cerca de 40% dos acidentes em estradas relacionam-se com o alcoolismo.

Os indicadores pioram sistematicamente a cada ano e apresentam um crescimento consistente nos últimos dez anos. Diante do elevado consumo constatado entre os jovens, a expectativa é de que essa situação continue a agravar-se. Agregue-se que o consumo do álcool é fator de desestabilização das relações familiares e uma das principais causas do absenteísmo ao trabalho. É, também, importante fator de incidência de diversas modalidades de câncer, cirrose e outras enfermidades graves e de tratamento caro e demorado.

Trata-se de tragédia que se reproduz em inúmeros países. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o uso do álcool resultou

em 2004 na morte de 2,5 milhões de pessoas no mundo, entre elas 320.000 jovens com idades entre 15 e 29 anos.

Poder-se-ia atribuir o comportamento irresponsável dos motoristas a razões culturais, mas certamente a pressão publicitária pelo consumo de bebidas alcoólicas, em especial a cerveja e o chope, tem um importante papel no agravamento desse quadro. A estratégia delineada pela OMS para combater o que chama de praga do alcoolismo combina restrições à publicidade, elevação dos preços das bebidas e prevenção do consumo pelos motoristas.

A legislação aplicada à publicidade de bebidas alcoólicas, Lei nº 9.294, de 1996, é tolerante com a cerveja e o chope por razões puramente comerciais. A nosso ver, deve-se eliminar, de imediato, a proteção às bebidas com teor abaixo de 13 graus Gay-Lussac, o que vem liberando por completo a propaganda de cervejas e bebidas tonificantes. E deve-se ressaltar no texto legal as limitações à cerveja, deixando clara a intenção de mudar a calamitosa situação que hoje se caracteriza.

Oferecemos, pois, ao exame da Casa, este texto, que retifica essas distorções da Lei Murad, dando às limitações de publicidade do álcool a dimensão que lhe é devida. A bebida alcoólica é um produto cujo consumo deve ser uma decisão livre e particular de cada pessoa, sem as pressões irracionais impostas pela propaganda desmedida que hoje povoa nossa televisão.

Em vista da gravidade que o problema do alcoolismo vem assumindo em nosso País, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, indispensável à aprovação da proposta.

Sala das Sessões, em 15 de março de 2011.

Deputado PAULO PIMENTA

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 Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

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)*

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 903, DE 2011

(Do Sr. Giovani Cherini)

Proíbe a veiculação de qualquer tipo de publicidade comercial de bebida alcoólica, em qualquer horário, através da televisão em todo território nacional.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4111/1998.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Fica expressamente vedada a veiculação de qualquer tipo de publicidade comercial, em qualquer horário, através da televisão em todo território nacional, que, direta ou indiretamente, incentive o consumo de bebida alcóolica.

Parágrafo único. São consideradas bebidas alcoólicas, para efeito desta lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Art. 2º. Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as sanções previstas no art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 3º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É consabido que os meios de comunicação social – em especial a TV – têm forte ascensão sobre a população e seus padrões de consumo; especificamente a população menos instruída. Igualmente é consabido que os canais de televisão são concessões públicas e, portanto, devem promover – prima facie – o Interesse Público.

O consumo abusivo de entorpecentes (entre eles o álcool) tem contribuído ainda mais para dizimar nossas novas gerações. O alcoolismo, doença reconhecida pela Organização Mundial da Saúde - OMS tem incapacitado milhões de pessoas para o trabalho em todo mundo, afora os inúmeros acidentes de trabalho, que causam perdas de produtividade e geram prejuízos econômicos na ordem dos bilhões à sociedade como um todo.

Ademais, o prejuízo social devido ao uso do álcool é literalmente incalculável e se revela em estatísticas e estudos das mais renomadas Universidades. O consumo de bebidas alcoólicas está na raiz de muitos males que assolam nossa sociedade e, de fato, há associação entre o álcool e mortes violentas, acidentes automobilísticos, brigas familiares, crimes passionais, doenças e transtornos físicos e mentais.

O álcool é uma droga – destarte lícita – que causa, como dito anteriormente, enormes prejuízos. A televisão com seu alto poder de persuasão exerce sobre a população, em especial aos jovens e adolescentes, enorme atrativo em seus comerciais desse gênero. A adolescência é um período da vida em que o indivíduo inicia o processo de afirmação de sua identidade, e, aparentemente, alguns hábitos são estabelecidos, os quais podem persistir na vida adulta, dentre eles, o hábito relacionado ao álcool.

Pelo exposto, oferecemos essa proposição contando com o apoio de nossos ilustres pares no sentido de aprovar essa medida que, certamente, representará um importante passo para a preservação da saúde de nossos cidadãos.

Sala das Sessões, em 05 de abril de 2011.

Deputado GIOVANI CHERINI

PDT/RS

LEI Nº 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. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

I - advertência; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

IV - apreensão do produto; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. *(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

PROJETO DE LEI N.º 1.007, DE 2011

(Do Sr. Givaldo Carimbão)

Altera a Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, estendendo as restrições à Propaganda de Bebidas com qualquer teor Alcoólico.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2908/2000.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O paragrafo único art. 1º da lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º .....

Paragrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico medidos em graus Gay Lussac" (NR).

Art. 2º O art. 4º da lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º É proibida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de radio e televisão, internet, outdoor, caminhões de entregas, jornais, revistas e outras formas de mídia impressa".

Paragrafo único. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência, grafados em fonte Arial, tamanho 10, nos seguintes termos: "O Consumo Excessivo de Álcool Pode Causar Dependência" (NR).

Art. 3° Fica revogado o § 1° do art. 4° da lei 9.224, de 15 de julho de 1996.

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

Justificação

O Relatório da Situação Global sobre Álcool e Saúde, divulgado em 2011, pela Organização Mundial de Saúde (OMS), apresentou um panorama desolador sobre as consequências do uso do álcool. Cerca de 2,5 milhões de pessoas morrem anualmente devido ao consumo de álcool, o equivalente a 4% de todas as mortes no mundo.

No Brasil, segundo o Ministério da Saúde, ainda é pior, o álcool é responsável por 7,2% das mortes – quase o dobro da média mundial. As maiores causas de mortes são problemas cardiovasculares e câncer, duas doenças relacionadas ao álcool. Conforme a publicação da ONU de 2004, o álcool já era considerado o principal causador de sessenta tipos de doenças e ferimentos como: cirrose, epilepsia, envenenamento e diferentes tipos de câncer.

Nas rodovias o álcool segue matando, o balanço da Policia Rodoviária Federal (PRF), nos seis dias de Carnaval de 2010 contabilizou 143 mortos e nos quatro dias de carnaval de 2011 já havia superado esse número, 166 pessoas perderam a vida, o saldo total desta

festividade nas estradas foi ainda maior, chegando a 213 vitimas fatais. O relatório, Operação Carnaval, da PRF divulgado antes da quarta-feira de cinzas mostrou que 347 pessoas embriagadas foram presas. Metade das mortes no transito, cerca de dezessete mil vitimas anuais, envolve motoristas embriagados.

Esse quadro não precisa de mais incentivo, pelo contrário, a divulgação e a publicidade de bebida alcoólica seja com qualquer graduação tem que ser proibida. Levantamento feito pela OMS mostrou que os brasileiros com mais de 15 anos consomem o equivalente a 6,2 litros de álcool puro por ano, sendo a média no mundo de 6,13 litros de álcool per capta. A internet, meio de comunicação mais usado entre os jovens, da mesma forma precisa de normas que proíbam a publicidade destas bebidas.

O consumo no Brasil é elevado, superior à média mundial, a cerveja é responsável por 54% de todo o consumo de álcool do mercado nacional, o vinho de 5%. São bebidas com teor alcoólico inferior a treze graus Gay Lussec, ou seja, a propaganda é permitida para 59% de todas as bebidas alcoólicas consumidas no Brasil.

Além desta triste realidade podemos, ainda, agregar ao consumo do álcool mais um componente: como sendo o maior motivador da violência no pais. Estudos realizados nos arquivos do Instituto Médico Legal de São Paulo demonstraram uma forte associação entre ingestão de bebidas alcoólicas e a vitimização por homicídio. Esta foi a conclusão do pesquisador, Gabriel Andreuccetti, no trabalho “Uso de álcool por vitimas de homicídio no município de São Paulo”. Após os dados coletados de 2.042 destas vítimas, no ano de 2005, constatou-se que o álcool estava presente em amostras de sangue de 43% delas. Pesquisa da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) mostrou a forte correlação entre o álcool e violência nas mortes por motivos fúteis.

O parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294/96, procedeu a uma “discriminação” descabida e não atende ao preceito constitucional (art. 220), “garantir à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem das permanentes propagandas e programações da mídia de produtos que possam ser nocivos à saúde”. Do mesmo modo a lei em questão não traz a advertência sobre os malefícios do uso excessivo do álcool como determina a Constituição.

A propaganda constante induzindo ao consumo do álcool arrasta milhões de jovens para o uso contumaz da bebida durante anos levando milhares de pessoas ao vício, e

provavelmente reforçarão as estatísticas do Sistema de Saúde, PRF, Polícia Civil, e continuarão desestruturando os lares de milhares de famílias brasileiras.

Nesse sentido propomos a proibição da propaganda comercial de bebidas alcoólicas com qualquer dosagem alcoólica, bem como a inserção nos rótulos das embalagens da advertência que o consumo excessivo de álcool pode causar dependência.

Pelo exposto, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares para aprovação desta proposta que, com certeza, será um avanço para a melhor qualidade de vida e saúde de todos os brasileiros.

Sala das Sessões, 12 de abril de 2011

Deputado GIVALDO CARIMBÃO

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.064, DE 2011

(Do Sr. Anthony Garotinho)

Veda a atletas, treinadores e outros profissionais ligados à área de esportes associarem sua imagem a bebidas alcoólicas e produtos fumígenos.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-590/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º . É vedado a atletas, treinadores e outros profissionais ligados à área de esportes associarem sua imagem a bebidas alcoólicas e produtos fumígenos.

Art 2º . O não cumprimento do disposto nesta lei acarretará:

I - o impedimento ao atleta de participar de provas e competições pelo período de seis meses; e

II – multa correspondente a cinco mil salários mínimos à empresa fabricante do produto.

Art 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Como sabemos, bebidas alcoólicas e produtos fumígenos são exatamente o oposto do que podemos chamar de hábitos saudáveis, portanto é incoerência associarmos tais produtos à imagem de atletas, treinadores e eventos esportivos. Um exemplo da prática vem ocorrendo nas últimas semanas com a veiculação da propaganda de um famoso uísque protagonizada por um fundista famoso, como se o hábito de beber o uísque o tivesse tornado um campeão.

Pesquisas comprovam que o consumo de bebidas alcoólicas e cigarros aumentou entre crianças e adolescentes, e a veiculação de propagandas desses produtos funciona como forte indutor ao consumo dos mesmos.

Por essa razão venho apresentar este Projeto de Lei cujo único objetivo é o de contribuir para uma juventude mais saudável.

Sala de sessões, 13 de abril de 2011.

Deputado Federal ANTHONY GAROTINHO

PROJETO DE LEI N.º 1.115, DE 2011

(Do Sr. Missionário José Olimpio)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de conter nos rótulos das bebidas alcoólicas os males que o consumo de álcool causa à saúde.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4461/2001.

O Congresso Nacional decreta,

Art. 1º As embalagens de bebidas alcoólicas trarão em seus rótulos, os males que o consumo de bebidas alcoólicas causam à saúde.

Art.2º Essas informações devem ser expostas sempre por texto e imagem.

Art.3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O consumo de bebidas alcoólicas é um mal terrível, que tem, levado vidas à ruína, por seus terríveis males.

Na vida pessoal, onde pessoas sofrem com enfermidades graves, ocasionadas pelo consumo dessas bebidas, contando ainda com a decadência moral e a dependência.

As bebidas alcoólicas viciam pessoas que, por muitas das vezes começaram a consumi-las ainda muito cedo, na maioria das vezes por diversão, sem saber dos verdadeiros males que a mesmas causam à sua saúde.

É importante manter consumidores e principalmente os futuros consumidores os riscos que estão se dispondo à correr, consumindo tais bebidas.

São inúmeros os danos causados à saúde pelo consumo de bebidas, muitos desses desconhecidos pela sociedade.

O consumidor deve ter ciência de como se tornará vulnerável à doenças graves e até fatais.

Segundo site (www.virtual.epm.br)

Álcool X Organismo

O álcool é absorvido principalmente no intestino delgado, e em menores quantidades no estômago e no cólon. A concentração do álcool que chega ao sangue depende de fatores como: quantidade de álcool consumida em um determinado tempo, massa corporal, e metabolismo de quem bebe, quantidade de comida no estômago. Quando o álcool já está no sangue, não há comida ou bebida que interfira em seus efeitos. Os efeitos do álcool dependem de fatores como: a quantidade de álcool ingerido em determinado período, uso anterior de álcool e a concentração de álcool no sangue. O uso do álcool causa desde uma sensação de calor até o coma e a morte dependendo da concentração que o álcool atinge no sangue. Os sintomas que se observam são:

- Doses até 99mg/dl: sensação de calor/rubor facial, prejuízo de julgamento, diminuição da inibição, coordenação reduzida e euforia;

- Doses entre 100 e 199mg/dl: aumento do prejuízo do julgamento, humor instável, diminuição da atenção, diminuição dos reflexos e incoordenação motora;

- Doses entre 200 e 299mg/dl: fala arrastada, visão dupla, prejuízo de memória e da capacidade de concentração, diminuição de resposta a estímulos, vômitos;

- Doses entre 300 e 399mg/dl: anestesia, lapsos de memória, sonolência;

- Doses maiores de 400mg/dl: insuficiência respiratória, coma, morte.

Um curto período (8 a 12 horas) após a ingestão de grande quantidade de álcool pode ocorrer a "ressaca", que caracteriza-se por: dor de cabeça, náusea, tremores e vômitos. Isso ocorre tanto devido ao efeito direto do álcool ou outros componentes da bebida. Ou pode ser resultado de uma reação de adaptação do organismo aos efeitos do álcool.

A combinação do álcool com outras drogas (cocaína, tranqüilizantes, barbituratos, antihistamínicos) pode levar ao aumento do efeito, e até mesmo à morte.

O efeitos do uso prolongado do álcool são diversos. Dentre os problemas causados diretamente pelo álcool pode-se destacar doenças do fígado, coração e do sistema digestivo. Secundariamente ao uso crônico abusivo do álcool, observa-se: perda de apetite, deficiências vitamínicas, impotência sexual ou irregularidades do ciclo menstrual.

Intoxicação alcoólica e hipoglicemia:

Como já foi visto antes o álcool etílico, principal componente das bebidas alcoólicas, é metabolizado no fígado por duas reações de oxidação. Em cada reação, elétrons são transferidos ao NAD^+, resultando e um aumento maciço na concentração de NADH citosólico. A abundância de NADH favorece a redução de piruvato em lactato e oxalacetato em malato, ambos são intermediários na síntese de glicose pela gliconeogênese. Assim, o aumento no NADH mediado pelo etanol faz com que os intermediários da gliconeogênese sejam desviados para rotas alternativas de reação, resultando em síntese diminuída de glicose. Isto pode acarretar hipoglicemia , particularmente em indivíduos com depósitos exauridos de glicogênio hepático. A mobilização de glicogênio hepático é a primeira defesa do corpo contra a hipoglicemia, assim, os indivíduos em jejum ou desnutridas apresentam depósitos de glicogênio exauridos, e devem basear-se na gliconeogênese para manter sua glicemia. A hipoglicemiaprde produzir muitos dos comportamentos associados à intoxicação alcoólica – agitação, julgamento dinimuído e agressividade. Assim, o consumo de álcool em indivíduos vulneráveis – aqueles em jejum ou que fizeram exercícios prolongado e extenuante – podem prodizir hipoglicemia, que podem contribuir para os efeitos comportamentais do álcool.

Alcoolismo agudo:

Exerce os seus efeitos principalmente sobre o sistema nervoso central, mas ele pode também rapidamente induzir alterações hepáticas e gástricas que são reversíveis na ausência do consumo continuado de álcool. As alterações gástricas constituem gastrite aguda e ulceração. No sistema nervoso central, o álcool por si é um agente depressivo que afeta primeiramente as estruturas subcorticais (provavelmente a formação reticular do tronco cerebelar superior) que modulam a atividade cortical cerebral. Em conseqüência, há um estímulo e comportamentos cortical., motor e intelectual desordenados. A níveis sanguíneos progressivamente maiores, os neurônios corticais e, depois, os centros medulares inferiores são deprimidos, incluindo aqueles que regulam a respiração. Pode advir parada respiratória. Efeitos neuronais podem relacionar-se com uma função mitocondrial danificada; alterações estruturais não são em geral evidentes no alcoolismo agudo. Os teores sanguíneos de álcool e o grau de desarranjo da função do SNC em bebedores não habituais estão intimamente realcionados.

Alcoolismo crônico:

É responsável pelas alterações morfológicas em praticamente todos os órgãos e tecidos do corpo, particularmente no fígado e no estômago. Somente as alterações gástricas que surgem imediatamente após a exposição pode ser relacionadas com os efeitos diretos do etanol sobre a vascularização da mucosa. A origem das outras alterações crônicas é menos clara. O acetaldeído, um metabólico oxidativo importante do etanol, é um composto bastante reativo e tem sido proposto como mediador da lesão tissular e orgânica disseminada. Embora o

catabolismo do acetaldeído seja mais rápido do que o do álcool, o consumo crônico de etanol reduz a capacidade oxidativa do fígado, elevando os teores sanguíneos de acetaldeído, os quais são aumentados pelo maior ritmo de metabolismo do etanol no bebedor habitual. O aumento da atividade dos radicais livres em alcoólatras crônicos também tem sido sugerido como um mecanismo de lesão. Mais recentemente, foi acrescentado o metabolismo não-oxidativo do álcool, com a elaboração do ácido graxo etil éster, bem como mecanismos imunológicos pouco compreendidos iniciados por antígenos dos hepatócitos na lesão aguda.

Seja qual for a base, os alcoólatras crônicos têm sobrevida bastante encurtada, relacionada principalmente com lesão do fígado, estômago, cérebro e coração. O álcool é a causa bastante conhecida de lesão hepática que termina em cirrose, sangramento maciço proveniente de gastrite ou de úlcera gástrica pode ser fatal. Ademais, os alcoólatras crônicos sofrem de várias agressões ao sistema nervoso. Algumas podem ser nuticionais, como a deficiencia em vitamina B_1, comum em alcoólatras crônicos. As principais lesões de origem nutricional são neuropatias periféricas e a síndrome de Wernicke-Korsakoff. Pode surgir a degeneração cerebelar e a neuropatia óptica, possivelmente relacionadas com o álcool e seus produtos, e, incomumente, pode surgir atrofia cerebral.

As conseqüências cardiovasculares também são amplas. Por outro lado, embora ainda sem consenso, quantidades moderadas de álcool podem diminuir a incidência da cardiopatia coronária e aumentar os níveis do colesterol HDL. Entretanto, o alto consumo que leva à lesão hepática resulta em níveis menores da fração HDL das lipoproteínas.

O alcoolismo crônico possui várias conseqüências adicionais, incluindo uma maior tendência para hipertensão, uma maior incidência de pancreatite aguda e crônica, e alterações regressivas dos músculos esqueléticos.

Doença hepática alcoólica (DHA) e Cirrose:

O consumo crônico de álcool resulta com frequência em três formas distintas, embora superpostas , de doenças hepáticas: (1) esteatose hepática, (2) hepatite alcoólica e (3) cirrose, denominadas coletivamente de doença hepática alcoólica. A maioria dos casos o alcoólico que continua bebendo evolui da degeneração gordurosa para ceises de hepatite alcoólica e para cirrose alcoólica no transcorrer de 10 a 15 anos.

(1)ESTEATOSE ALCOÓLICA (fígado gorduroso): dentro de poucos dias após a administração de álcool a gordura aparece dentro das células hepáticas, representa principalmente aumento na síntese de triglicerídios em virtude do maior fornecimento de ácidos graxos ao fígado, menor oxidação dos ácidos graxos, e menor formação e liberação de lipoproteínas. Ela pode surgir sem evidências clínica ou bioquímica de doença hepática.. Por outro lado, quando o acometido é intenso, pode estar associado com mal-estar, anorexia, náuseas, distenção abdominal, hepatomegalia hipersensível, às vezes icterícia e níveis elevados de aminotransferase.

(2)HEPATITE ALCOÓLICA: caracteriza-se principalmente por necrose aguda das células hepáticas. Em alguns pacientes, apesar da abstinência, a hepatite perciste e progride para cirrose. Ela representa a perda relativamente brusca de reserva hepática e pode desencadear um quadro de insuficiência hepática ou, às vezes, a síndrome hepatorrenal.

(3)CIRROSE ALCOÓLICA: apesar do álcool ser a causa mais comum de cirrose no mundo ocidental, sendo responsável aí por 60 a 70% de todos os casos, é enigmático que apenas 10 a 15% dos "devotos do alambique" acabam contraindo cirrose. Existe em geral uma relação inversa entre a quantidade de gordura e a quantidade de cicatrização fibrosa. No início da evolução cirrótica os septos fibrosos são delicados e estendem-se da veia central para as regiões portais assim como de um espaço-porta para outro. Á medida que o processo de cicatrização aumenta com o passar do tempo, a nodularidade torna-se mais proeminente e os nódulos esparsos aumentam em virtude da atividade regenerativa, criando na superfície o denominado aspecto de cravo de ferradura.

A quantidade de gordura é reduzida, o fígado diminui progressivamente de tamanho, tornado-se mais fibrótico, sendo transformado em um padrão macronodular à medida que as ilhotas paraenquimatosas são envoltas por tiras cada vez mais largas de tecido fibroso. Nos casos típicos, após certos sintomas tipo mal-estar, fraqueza, redução ponderal e perda de apetite, o paciente desenvolve icterícia, ascite e edema periférico, com o último sendo devido à deterioração na síntese da albumina. A menos que o paciente evite o álçool e adote um adieta nutritiva, a evolução habitual durante um período de anos é progressivamente descendente, com a deterioração da função hepática e surgimento de hipertensão porta com suas sequelas como, por exemplo, ascite, varizes gastroesofágicas e hemorróidas.

Problemas clínicos do alcoolismo:

A ingestão contínua do álcool desgasta o organismo ao mesmo tempo em que altera a ente. Surgem, então, sintomas que comprometem a disposição para trabalhar e viver com bem estar. Essa indisposição prejudica o relacionamento com a família e diminui a produtividade no trabalho, podendo levar à desagregação familiar e ao desemprego.

Alguns dos problemas mais comuns da doença sâo:

No estômago e intestino

Gases: Sensação de "estufamento", nem sempre valorizada pelo médico. Pode ser causada por gastrite, doenças do fígado, do pâncreas, etc.

Azia: Muito comum em alcoolistas devido a problemas no esôfago.

Náuseas: São matinais e ás vezes estão associadas a tremores. Podem ser consideradas sinal precoce da dependência do álcool.

Dores abdominais: Muito comum nos alcoolistas que têm lesões no pâncreas e no estômago.

Diarréais: Nas intoxicações alcoólicas agudas (porre). Este sintoma é sinal de má absorção dos alimentos e causa desnutrição no indivíduo.

Fígado grande: Lesões no fígado decorrentes do abuso do álcool. Podem causar doenças como hepatite, cirrose, fibrose, etc.

No Sistema Cárdio Vascular :

O uso sistemático do álcool pode ser danoso ao tecido do coração e elevar a pressão sangüínea causando palpitações, falta de ar e dor no tórax.

Glândulas:

As glândulas são muito sensíveis aos efeitos do álcool, causando sensíveis problemas no seu funcionamento.

Impotência e perda da libido. O indivíduo alcoolista pode ter atrofiados testículos, queda de pêlos além de gincomastias(mamas crescidas).

Sangue:

O álcool torna o individuo propício às infecções, alterando o quadro de leucócitos e plaquetas, o que torna freqüente as hemorragias.

A anemia é bastante comum nos alcoolistas que têm alterações na série de glóbulos vermelhos, o que pode ser causado por desnutrição (carência de ácido fólico).

Alcoolismo é doença (OMS):

É o que a medicina afirma, mas a maior dificuldade das pessoas é entender como isso funciona. Alguns acham que é falta de vergonha; outros, que é falta de força de vontade, personalidades desajustadas, problemas sexuais, brigas familiares, etc.; outros, até, que é coisa do "capeta", outros acham que leva algum tempo para desenvolver tal "vício". A verdade é que algumas pessoas nascem com o organismo predisposto a reagir de determinada maneira quando ingerem o álcool. Aproximadamente dez em cada cem pessoas nascem com essa predisposição, mas só desenvolverão esta doença se entrarem em contato com o álcool.

Sala das Sessões, em 19 de abril de 2011

Dep. Missionário José Olimpio

PROJETO DE LEI N.º 1.250, DE 2011

(Do Sr. Maurício Quintella Lessa)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 5492/2009

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

"Art. 2º. É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco em recinto coletivo, privado ou público, aberto ou fechado (NR)."

Art. 2º. Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O hábito de fumar é responsável por uma impressionante quantidade de cânceres que ocorrem no mundo, surgindo nas mais diversas localizações: pulmão, boca, esôfago, estômago, pâncreas, colo de útero, rim, bexiga. Causa ainda sérios problemas circulatórios, principalmente infarto do miocárdio e acidente vascular cerebral. No aparelho respiratório, além do câncer, provoca enfisema e bronquite. O Instituto Nacional do Câncer divulga a impressionante informação de que o tabagismo é responsável por 23 mortes por hora no Brasil, o que resulta em duzentas mil mortes por ano.

Pior ainda, a fumaça com suas substâncias cancerígenas tem o poder de fazer dos fumantes passivos vítimas inocentes deste hábito prejudicial. Estudo recente mostrou que os componentes tóxicos do cigarro podem impregnar os ambientes, permanecendo em paredes e sendo capazes de afetar pessoas mesmo não fumantes que frequentam o local. A nicotina persiste por vários meses, mesmo após limpeza, e é identificável em níveis alarmantes nas mãos e na urina de crianças que nunca fumaram. Este fato é extremamente grave, especialmente se considerarmos que o tabagismo passivo é uma das maiores causas de mortes evitáveis no mundo.

A legislação contra o uso do tabaco avançou enormemente em nosso país. Um primeiro movimento foi a adoção da 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". Em seguida, foi aprovada alteração que criou espaços específicos para fumantes em locais públicos e determinou a instalação de fumódromos.

Em muitos países as iniciativas por ambientes livres do tabaco vêm se expandindo. É pela proibição total de fumar em lugares públicos, sejam abertos ou fechados que nos posicionamos por meio desta iniciativa. Lembramos que nosso país é signatário da Convenção-Quadro para Controle e Uso do Tabaco. Este instrumento estabelece, no artigo 8:

> Proteção contra a exposição à fumaça do tabaco
>
> 1. As Partes reconhecem que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que a exposição à fumaça do tabaco causa morte, doença e incapacidade.
>
> 2. Cada Parte adotará e aplicará, em áreas de sua jurisdição nacional existente, e conforme determine a legislação nacional, medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas eficazes de proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em locais fechados de trabalho, meios de transporte público, lugares públicos fechados e, se for o caso, outros lugares públicos, e promoverá ativamente a adoção e aplicação dessas medidas em outros níveis jurisdicionais.

Assim, em consonância com os princípios mundiais de proteção à saúde da coletividade, julgamos de suma importância apresentar esta iniciativa que impõe limites mais restritivos ao uso de produtos derivados do tabaco em áreas coletivas. Desta maneira, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares para sua pronta aprovação.

Sala das Sessões, em 04 de maio de 2011.

Deputado Maurício Quintella Lessa

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

.....
.....

DECRETO Nº 5.658, DE 02 DE JANEIRO DE 2006

Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e

Considerando que o Congresso Nacional aprovou o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005;

Considerando que o Governo brasileiro ratificou a citada Convenção em 3 de novembro de 2005;

Considerando que a Convenção entrou em vigor internacional em 27 de fevereiro de 2005, e entra em vigor para o Brasil em 1º de fevereiro de 2006;

Decreta :

Art. 1º A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003, e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003, apensa por cópia ao presente Decreto, será executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém.

Art. 2º São sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão da referida Convenção ou que acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional, nos termos do art. 49, inciso I, da Constituição.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 2 de janeiro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Celso Luiz Nunes Amorim

CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco – incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde – às atividades de controle do tabaco no âmbito nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de dezembro de 1979, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica,

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde,

Acordaram o seguinte:

.....

Artigo 8
Proteção contra a exposição à fumaça do tabaco

1. As Partes reconhecem que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que a exposição à fumaça do tabaco causa morte, doença e incapacidade.

2. Cada Parte adotará e aplicará, em áreas de sua jurisdição nacional existente, e conforme determine a legislação nacional, medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas eficazes de proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em locais fechados de trabalho, meios de transporte público, lugares públicos fechados e, se for o caso, outros lugares públicos, e promoverá ativamente a adoção e aplicação dessas medidas em outros níveis jurisdicionais.

Artigo 9
Regulamentação do conteúdo dos produtos de tabaco

A Conferência das Partes, mediante consulta aos organismos internacionais competentes, proporá diretrizes para a análise e a mensuração dos conteúdos e emissões dos produtos de tabaco, bem como para a regulamentação desses conteúdos e emissões. Cada Parte adotará e aplicará medidas legislativas, executivas e administrativas, ou outras medidas eficazes aprovadas pelas autoridades nacionais competentes, para a efetiva realização daquelas análises, mensuração e regulamentação.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 1.350, DE 2011

(Do Sr. João Ananias)

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 a definição de bebida alcoólica que nela consta e para estabelecer restrições à participação de jogadores e de membros de comissões técnicas de Seleções Brasileiras, em qualquer modalidade esportiva e em qualquer categoria, em propagandas de bebidas alcoólicas, bem como proibir qualquer formar de patrocínio por parte de empresas que fabriquem bebidas alcoólicas as seleções Brasileiras em qualquer modalidade esportiva.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 590/2011

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal, para alterar a definição de bebida alcoólica que nela consta e para estabelecer restrições à participação de jogadores e de membros de comissões técnicas de Seleções Brasileiras, em qualquer modalidade esportiva e em qualquer categoria, em propagandas de bebidas alcoólicas, **bem como vedar o patrocínio ou qualquer outra forma de financiamento por parte da indústria de bebidas alcoólicas as seleções Brasileiras em qualquer modalidade**.

Art. 2° O parágrafo único do art. 1° da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1° .....

.....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a meio grau Gay Lussac.

Art. 3º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

"Art.4º .....

.....

§ 3º A propaganda de que trata este artigo não poderá conter qualquer imagem, áudio, testemunho, citação ou outro elemento associado a jogadores ou membros de comissões técnicas de Seleções Brasileiras, em qualquer modalidade esportiva e em qualquer categoria."

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

JUSTIFICAÇÃO

"Ei, fique de olho em quem faz bonito aqui e lá fora. Eu escalei a Kaiser". Esse seria apenas um mote publicitário qualquer, não muito criativo, destinado a promover a venda de uma bebida alcoólica, não fossem dois fatos ao mesmo tempo inusitados e revoltantes: as palavras são proferidas em um comercial de TV estrelado por Mano Menezes, atual técnico da seleção brasileira de futebol; e cerveja, na nossa atual legislação que dispõe sobre restrições à propaganda de bebidas alcoólicas, não é considerada bebida alcoólica.

Tal descalabro só é possível porque a legislação atual é, ao nosso ver, bastante condescendente com a publicidade de cervejas e de outras bebidas de teor alcoólico baixo ou moderado. O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, estabelece: "consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac". Na prática, isso significa que cervejas, ices, coolers e qualquer outra bebida alcoólica que tenha teor alcoólico inferior a 13% não é, do ponto de vista desta lei, bebida alcoólica.

Além disso, as restrições à participação de personalidades ligadas ao esporte em propagandas desses produtos – personalidades essas de sabida ascendência sobre o modo de pensar de crianças e adolescentes - são ínfimas. Limitam-se a impedir a associação do uso de tabaco à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, silenciando no que concerne à propaganda de bebidas alcoólicas. Há, adicionalmente, uma regra que veda a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata a Lei nº 9.294, de 1996. Mas há que se ressaltar: tais regras não valem para a propaganda de cerveja, pois ela não se enquadra na definição dada pelo parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996. Portanto, do ponto de vista legal, não há

qualquer limitação para o endosso de um técnico da seleção brasileira a uma determinada marca de cerveja. Mais que isso: seria até mesmo possível vermos essa ou qualquer outra marca de cerveja estampada nos uniformes de todos os atletas da seleção, sem que qualquer medida pudesse ser tomada para coibir tal disparate.

O que buscamos com o presente Projeto de Lei é corrigir tais omissões, de modo a estabelecer mais restrições à propaganda de bebidas alcoólicas no País. Desse modo, a primeira medida necessária é alterar a definição legal de bebida alcoólica. Utilizamos, nesta proposição, um limite de 0,5 grau Gay Lussac. Tal limite está em consonância com a definição da Organização Mundial da Saúde, e exclui bebidas cujo álcool é retirado, tais como as cervejas sem álcool, nas quais um grau de álcool residual de até 0,5% do volume é aceitável. Além disso, estabelecemos restrições à participação de jogadores e de membros de comissões técnicas de Seleções Brasileiras, em propaganda de bebidas alcoólicas, bem como impedir que as indústrias de bebidas alcoólicas possam patrocinar e/ou financiar Seleções Brasileiras, em qualquer modalidade esportiva e em qualquer categoria.

A conferência Panamericana de políticas públicas sobre álcool acontecida em Brasília de 28 a 30 de novembro de 2005, em declaração pública aprovada colocou de forma bastante enfática a gravidade do programa do uso do álcool e sua associação a carga de doenças e outros danos sociais nas Américas.

A OMS(Organização Mundial da Saúde) através de resolução destacou a urgente necessidade de adoção de estratégias ao uso crescente de alcool nos Países membros, como prioridade de saúde pública nas Américas.

Constata-se que o consumo de álcool cresce assustadoramente principalmente em populações cada vez mais jovem, com graves conseqüências para a saúde dos mesmos bem como, transformou-se em fator determinante de violência física, no trânsito, que vitimam juntos milhões de brasileiros por ano, além de ser uma porta aberta para o uso de drogas ilícitas, hoje verdadeira epidemia no seio da juventude.

Do ponto de vista ético se justifica que ídolos do povo, com poder de mudar costumes, influência na cultura de todo um povo pela paixão histórica pelo futebol, já bem sucedidos profissional e financeiramente, se prestem a fazer propaganda de bebidas alcoólicas, que cada vez mais se espalham no meio da juventude?

Nosso projeto ao propor proibir que atletas de seleções, equipes técnicas participem de divulgações de bebidas alcoólicas e que a indústria de bebidas patrocinem seleções. É oportuno destacar que esse atletas e membros de comissões técnicas vestem, inclusive uniforme verde/amarelo, cores do maior símbolo pátrio, que é nossa bandeira. Busca se compatibilizar com políticas de redução de danos pelo uso abusivo do álcool.

Portanto, com a certeza da conveniência e oportunidade deste projeto de lei, e dos inúmeros benefícios que ele trará à população brasileira, conclamamos o apoio dos nobres parlamentares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 17 de maio de 2011.

Deputado João Ananias
PCdoB/CE

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 Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.522, DE 2011

(Do Sr. Arolde de Oliveira)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, condicionando a veiculação de anúncios publicitários de bebidas alcóolicas à difusão de mensagens de utilidade pública.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4.111/1998.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, condicionando a veiculação de anúncios publicitários de bebidas alcóolicas à difusão de mensagens de utilidade pública.

Art. 2º Acrescente-se o art. 4º-B à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

"Art. 4º-B. A propaganda comercial de bebidas alcóolicas, cervejas e produtos assemelhados está condicionada à veiculação de inserções informativas com mensagem de utilidade pública de mesma duração e no mesmo meio de comunicação da propaganda do produto.

§ 1º A inserção informativa com a mensagem de utilidade pública deverá ser produzida pela agência de publicidade contratada para produzir a propaganda, e deve ser elaborada com a mesma qualidade técnica e artística empregada na propaganda.

§ 2º Na propaganda veiculada em canais de televisão aberta e por assinatura, a inserção informativa deverá ser

veiculada imediatamente antes ou depois da propaganda do produto e, na propaganda em jornais e revistas, a veiculação da inserção deverá ser feita na mesma edição do periódico."

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As empresas publicitárias brasileiras têm se notabilizado pela sua inesgotável capacidade criativa, consagrada em diversos fóruns temáticos internacionais. Somente em 2010, as agências brasileiras conquistaram 57 prêmios no Festival Internacional de Publicidade de Cannes, o que demonstra a maturidade do mercado no País e a dimensão da qualidade do trabalho desenvolvido por essas instituições.

Valendo-se do talento das agências nacionais e da penetração do serviço de televisão aberta no Brasil, empresas dos mais diversos ramos lançam campanhas publicitárias de grande repercussão junto ao público consumidor, colhendo resultados econômicos que compensam em muito os recursos investidos em propaganda. Embora essa dinâmica contribua para o progresso da economia brasileira, a proliferação indiscriminada de anúncios de produtos e serviços de duvidoso interesse social tem efeitos perversos sobre a formação do espírito crítico dos cidadãos. Nesse sentido, a aplicação de modernas técnicas de persuasão na produção de peças publicitárias de bebidas alcoólicas resulta, inevitavelmente, no consumo desenfreado desses produtos. A principal consequência dessa prática é a escalada no número de acidentes e mortes no trânsito.

Além disso, a banalização dos anúncios de cervejas e assemelhados contribui para a *glamourização* do consumo do álcool junto à população infanto-juventil, estimulando o vício precoce entre nossos jovens. Segundo informações divulgadas pelo *Centro de Referência de Álcool, Tabaco e Outras Drogas*, vinculado à Secretaria da Saúde do Estado de São Paulo, 40% dos adolescentes e 16% dos adultos que procuram tratamento para o alcoolismo experimentaram a bebida antes dos 11 anos de idade.

Para enfrentar essa situação, apresentamos este Projeto de Lei com o intuito de condicionar a publicidade de bebidas alcóolicas à difusão de mensagem de utilidade pública com a mesma duração, a mesma qualidade técnica e artística, e no mesmo meio de comunicação em que o anúncio do produto for

veiculado. Para facilitar o cumprimento desse objetivo, determinamos que a inserção informativa seja produzida pela agência de publicidade responsável pela elaboração da propaganda do produto.

A medida proposta, apesar de não superar os imensos malefícios proporcionados pelo álcool, contribuirá para a divulgação de mensagens educativas de grande interesse para a sociedade brasileira, em contrapartida aos efeitos perniciosos do estímulo ao consumo de bebidas. A aprovação do projeto será uma oportunidade para que a virtuose de nossas agências publicitárias seja canalizada não somente para o fomento do consumo desmedido, mas também para o cumprimento de finalidades de interesse público mais elevado.

Em virtude dos argumentos elencados, contamos com o apoio dos nobres Pares para o acolhimento do projeto apresentado.

Sala das Sessões, em 07 de junho de 2011.

Deputado AROLDE DE OLIVEIRA

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 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.643, DE 2011

(Da Sra. Andreia Zito)

Altera o art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 6.411/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 243. Vender, fornecer, ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, tais como: cola, redutores, solventes, benzina, éter, tíner e acetona, ainda que por utilização indevida."

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei tem por objetivo trazer para o contexto desta Lei, que versa sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, esclarecimentos que sirvam para dirimir eventuais dúvidas sobre o que é ou não proibido vender ou fornecer a essas crianças e adolescentes.

Há de se observar que estamos tratando da proteção integral da criança e do adolescente, onde é bastante pertinente ratificar que se considera criança a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade.

A alteração da redação do artigo 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente, propondo a inclusão da relação das substâncias entorpecentes, de forma exemplificativa, tem a finalidade precípua de tornar crime a venda e o fornecimento de tais substâncias, que possuem o caráter entorpecente, porém, não integram a lista de produtos considerados entorpecentes pelo Ministério da Saúde.

Desta forma, não há como se admitir que substâncias que produzem efeitos alucinógenos e de dependência química continuem sendo vendidos e usados por crianças e adolescentes, sem qualquer contenção criminal.

Nunca será demais, pensar em incluir em textos já ratificados e pacificados, como é o caso do Estatuto da criança e do Adolescente, em especial, o art. 243 da Lei nº 8.069, de 1990, complementos que visem a não deixar que nenhuma dúvida possa pairar na interpretação e aplicação de tal instrumento legal.

Esta proposta surge de encaminhamento feito a esta parlamentar pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, através da Promotoria de Justiça – 1ª Sub-coordenadoria do 4º CAOPJIJ que, diuturnamente, precisam aplicar a legislação em vigor e, em muitos casos, se deparam com dúvidas como as que aqui estamos buscando sanar.

À vista de tudo aqui exposado, visando um maior rigor nas ações de proteção à criança e o adolescente, conforme bem preceitua a Lei nº 8.069, de 1990, são os motivos mais do que justos, pelos quais conto com o apoio dos nobres pares para que esta iniciativa prospere com a celeridade que o caso requer.

Sala das Sessões, 21 de junho de 2011.

Deputada **ANDREIA ZITO**
PSDB / RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.664, DE 2011

(Do Sr. Edivaldo Holanda Junior)

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", alter ando o conceito e limitando à propaganda e o merchandising editorial de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-330/2003.

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 vigorar com a seguinte redação:

"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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal".

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

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

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre zero hora e seis horas. (NR)

(...)

"§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos":

I - Evite o Consumo Excessivo de Álcool.

II - O consumo deste produto pode levar ao alcoolismo; (NR)

III - Dirigir sob efeito de álcool é crime punível com detenção; (NR)

IV - O álcool é droga e causa dependência físico-psíquica. (NR)

§ 3° As propagandas comerciais dos produtos referidas no *caput* deste artigo devem conter as advertências mencionadas no parágrafo anterior. (NR)

Art. 3º - A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

Art. 4°-B. As propagandas comerciais de bebidas alcoólicas nos meios de comunicação impressa não poderão 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. (NR)

Parágrafo Único - As propagandas comerciais de bebidas alcoólicas veiculadas nos meios de comunicação impressa deverão conter advertências nos seguintes termos: (NR)

I - Evite o Consumo Excessivo de Álcool; (NR)

II - O consumo deste produto pode levar ao alcoolismo; (NR)

III - Dirigir sob efeito de álcool é crime punível com detenção; (NR)

IV - O álcool é droga e causa dependência físico-psíquica. (NR)

Art. 4°-C. Fica vedada a propaganda indireta contratada, também denominada *merchandising* editorial, de bebidas alcoólicas em programas nacionais ou estrangeiros, em qualquer horário. (NR)

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

J U S T I F I C A T I V A

"O álcool ainda é a droga que acarreta mais problemas e prejuízos para a sociedade brasileira"

Esta frase foi proferida pelo Coordenador Nacional de Saúde Mental, Álcool e Outras Drogas do Ministério da Saúde, Dr. Tykanori Kinoshita. [1]

[1] Fabricantes rejeitam tratar álcool como droga. Jornal do Senado. Disponível em http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal. Acesso realizado em 30/05/2011.

"O maior problema de saúde pública do Brasil em relação às drogas é o álcool. E o acesso de crianças e adolescentes a bebidas é muito fácil. Isso a mídia também tem que mostrar[2]."

Esta frase, por sua vez, é de autoria da Dra. Paulina do Carmo Arruda Vieira Duarte, Secretária Nacional de Políticas sobre Drogas do Ministério da Justiça.

Pretende-se com o destaque destas assertivas chamar atenção para o fato de que o álcool, sendo droga que é, deve ser tratado como tal pelo Poder Público e, de outra sorte, chama atenção também para o fato de que a publicidade de tais produtos exerce um efeito nefasto sobre a sociedade, sobretudo crianças e adolescentes.

Embora seja verdade que o Brasil vem buscando minimizar os danos com o estabelecimento de determinadas limitações às propagandas de fumígeros, bebidas alcoólicas e medicamentos, também é fato que os efeitos no que se refere às bebidas alcoólicas demonstram-se contrários ao pretendido, diferentemente do que ocorreu com os fumígeros.

Relatório recente da Organização Mundial da Saúde (OMS) divulgado em fevereiro último mostra que houve aumento do consumo de bebidas alcoólicas entre brasileiros.[3] Segundo o estudo, a média de consumo do Brasil é de 6,2, enquanto a média mundial é de 6,13. A pesquisa é feita entre indivíduos com faixa etária a partir de 15 anos e constatou que a bebida mais consumida é a cerveja. O relatório que avaliou a ingestão de álcool em 100 países afirma ainda que "Pelo menos 2,5 milhões de pessoas morrem por ano, em todo o mundo, por causa do consumo inadequado de álcool".

Diante desse quadro, a legislação atual não inibe o consumo de álcool, vez que considera bebida alcoólica apenas aquelas com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac, logo, a cerveja, bebida mais consumida, sobretudo entre jovens, está abaixo deste limite.

Assim o projeto pretende, ao diminuir para meio grau Gay Lussac o critério para consideração de bebida alcoólica, incluir as cervejas, passando a

---

[2] Idem.

[3] Aumenta o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil. Disponível em: http://www.rac.com.br/saude noticias/75627/2011/02/16/aumenta-consumo-de-bebidas-alcoolicas-no-brasil.html . Acesso realizado em 02/05/2011.

disciplinar com mais rigor a publicidade desta espécie de bebida, o que demonstra ser a decisão mais acertada pois a cerveja não pode ser consideradas outro produto que não bebida alcoólica.

Conforme mencionado, no que tange à publicidade de bebidas alcoólicas, embora atualmente haja algumas poucas limitações, estas não alcançam as cervejas e outras bebidas com menor teor alcoólico; da mesma forma, o horário para veiculação de propaganda e publicidade ainda é muito elástico, alcançando crianças e adolescentes; por fim, a lei não disciplina a propaganda de bebidas alcoólicas na mídia impressa.

O projeto presta-se então a ampliar as espécies de mídia disciplinadas atualmente na lei, alcançando além da televisão e rádio, a mídia impressa. Além do que, reduz o horário para a divulgação de propagandas destes produtos para o período de zero hora e seis horas, medida que dificultará o acesso de crianças e adolescentes às referidas propagandas.

Ainda no que tange a propaganda, a lei não trata para as bebidas alcoólicas de um importante instrumento de divulgação de marcas, o denominado *merchandising* editorial, mecanismo tão eficiente de propaganda que, inclusive, custa muito mais aos anunciantes que os horários comprados na parte publicitária. Isto ocorre certamente em virtude de o *merchandising* editorial deter uma capacidade de convencimento mais apurada que a propaganda publicitária convencional.

Sobre este assunto interessante as considerações apresentadas pelo professor Fabio Henrique Feltrin em artigo intitulado "O Merchandising Editorial como Ferramenta de Persuasão e Encantamento"[4], conforme inserto abaixo:

> Até a década de oitenta as marcas eram 'construídas' pela publicidade. A partir da década de noventa a publicidade tradicional perde a sua força, principalmente em relação às mídias eletrônicas (rádio e televisão). Nesta época, a publicidade passa a responder por apenas 25% da verba total destinada às campanhas publicitárias. A partir disso, outras ferramentas de comunicação ganham força como a promoção de vendas, relações públicas, material de ponto de venda e o merchandising.

[4] FELTRIN, Fabio Henrique. **O Merchandising Editorial como Ferramenta de Persuasão e Encantamento.** RAZÓN Y PALABRA. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Págs. 2 e 3. www.razonypalabra.org.mx

Os consumidores estão sem tempo e têm um excesso de informações diárias, impossibilitando a compreensão e absorção/retenção integral das mensagens, veiculadas maciçamente pelos meios de comunicação. Por isso, a comunicação entra num paradigma para tentar cumprir seu papel: informar e persuadir.

A dificuldade deste processo de comunicar aumenta quando a forma de tratar o público consumidor como 'massa' precisou ser revista nas últimas décadas, pois, de acordo com Vestergaard (2000:74) temos a percepção de que 'nós filtramos as impressões que nos bombardeiam para permitir que somente as mais importantes tenham acesso à nossa consciência'.

Com base neste cenário, pode-se entender a importância da utilização de ações alternativas neste novo processo de comunicação. Então, o merchandising editorial passa a ser considerado como uma alternativa para atingir o indivíduo, aumentando as chances de impacto de uma determinada mensagem.

O trato com a definição de bebida alcoólica, bem como com a propaganda destas bebidas vem movimentando o debate na Câmara dos Deputados. Assim, o objetivo deste Projeto de Lei é contribuir para a discussão do assunto e definição de critérios que resultem em benefícios à sociedade. Para tanto, é imprescindível o apoio de Vossas Excelências.

Sala das Sessões, em 27 de junho de 2011.

Deputado **EDIVALDO HOLANDA JÚNIOR**

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

.....

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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.722, DE 2011

(Do Sr. João Ananias)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a propaganda de bebidas alcoólicas em eventos financiados com recursos públicos ou beneficiados com qualquer forma de renúncia fiscal por parte do Estado.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a propaganda de bebidas alcoólicas em eventos financiados com recursos públicos ou beneficiados com qualquer forma de renúncia fiscal por parte do Estado.

Art. 2º Insira-se o art. 4º-B na Lei n. 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

"Art. 4º-B Fica proibida a propaganda de bebidas alcoólicas em meio impresso ou eletrônico em eventos patrocinados ou financiados com recursos públicos ou beneficiados com qualquer forma de renúncia ou incentivo por parte do Estado.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Embora o seu uso seja aceitável socialmente, as bebidas alcoólicas geram grandes prejuízos ao País. Violência doméstica, acidentes de trânsito, criminalidade e outros tipos de violência estão associados ao consumo exagerado de bebidas alcoólicas. Não sem razão o constituinte estabeleceu restrições à publicidade das bebidas alcoólicas, assim como ao tabaco. A restrição está prevista no Capítulo V da Constituição Federal (CF), que trata da Comunicação social. Assim dispõe o parágrafo 4º do art. 220 da CF:

"§ 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."

A Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, proíbe a propaganda de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco, entretanto a publicidade de bebidas alcoólicas não sofre restrições similares. A propaganda comercial dos produtos fumígeros só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. As bebidas alcoólicas, no entanto, têm regras mais flexíveis.

Pelo texto constitucional, apreendemos que a propaganda desses produtos está sujeita a restrições legais, mas não deve ser banida, razão pelas qual há limites para a sua existência. No entanto, consideramos que o Estado, além de ser onerado pelos problemas causados pela bebida, incluindo-se aí os gastos do Sistema Único de Saúde (SUS) com tratamento para dependentes do álcool, acaba sendo um financiador indireto da propaganda de bebidas.

Assim, apresentamos a presente proposta, com o objetivo de disciplinar o que prevê o texto constitucional. Não é admissível que eventos patrocinados com recursos governamentais, como atividades esportivas, campeonatos e competições em geral, que têm grande apelo junto ao público juvenil, sejam fonte de promoção do consumo de bebidas alcoólicas que tanto prejudicam a sociedade brasileira. O mesmo ocorre em eventos culturais, onde não se pode admitir apologia a qualquer tipo de droga, inclusive a bebida.

Na verdade, estamos, em certa medida, estendendo para as bebidas alcoólicas a regra que vale para os cigarros e similares, que é a proibição prevista no art. 3-A da Lei 9.294, de 1996, de patrocínio de atividade cultural ou esportiva e de a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar.

Por isso, nossa proposta é proibir a propaganda de bebidas alcoólicas em meio impresso ou eletrônico em eventos patrocinados ou financiados com recursos públicos ou beneficiados com qualquer forma de renúncia ou incentivo por parte do Estado.

A propaganda de bebidas exerce forte influência entre o publico jovem, que não tem maturidade suficiente para “filtrar” a mensagem indutiva implícita na mensagem. Por essa razão, a Lei n.º 9.294, de 1996, já restringe a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão ao horário entre as vinte e uma e as seis horas. Consideramos que é preciso disciplinar também a exposição da sociedade a esses produtos em seus momentos de lazer e diversão. Esperamos, desta forma, estimular o uso responsável de bebidas alcoólicas e também reduzir os gastos do governo com o tratamento de pacientes vítimas de malefícios causados pelo consumo de bebida.

Pela sua relevância social e abrangência nacional, pedimos o apoio dos nobres colegas para a APROVAÇÃO do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 29 de junho de 2011.

Deputado JOÃO ANANIAS

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:

.....

.....

LEI Nº 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. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.986, DE 2011

(Da Sra. Sandra Rosado)

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 instituir a obrigatoriedade de veiculação de mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5561/2001.

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 instituir a obrigatoriedade de veiculação de mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool.

Art. 2º. O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

"Art. 4º ……
……..
§ 3º O anunciante deverá, por sua própria iniciativa e a ele cabendo todos os custos diretos e indiretos, veicular mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool, destinando a tais mensagens o mesmo tempo utilizado para a veiculação de propagandas comerciais de seus produtos. (AC)"

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O uso abusivo de bebidas alcóolicas é um grave problema de saúde pública. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o álcool é responsável por quase 4% das mortes registradas em todo o mundo. A letalidade do

consumo de álcool é maior justamente entre os mais jovens, especialmente devido a acidentes de trânsito. A OMS calcula ainda que o custo gerado pelo consumo abusivo de álcool chega a US$ 660 bilhões, ou aproximadamente 2% do Produto Interno Bruto mundial.

Esses são dados estarrecedores, que reforçam a necessidade de se estabelecerem políticas públicas que combatam o consumo nocivo de bebidas alcoólicas. Nesse contexto, é fundamental que sejam aplicadas políticas de informação e educação capazes de disseminar mensagens acerca do uso responsável do álcool. E se é a indústria de bebidas a responsável pela comercialização desses produtos, se é ela quem inunda os meios de comunicação com mensagens publicitárias de estímulo ao consumo, nada mais justo do que a ela impor a obrigatoriedade de veiculação de spots publicitários acerca dos malefícios gerados pelo consumo irresponsável de álcool.

Assim, ofertamos, por meio deste Projeto de Lei, uma obrigatoriedade que vem para estabelecer uma política de compensação dos danos gerados pela venda indiscriminada de bebidas alcóolicas. Com a nossa proposição, passará a ser obrigatória a veiculação, nas emissoras de rádio e televisão, de mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool. Ressalte-se que todos os custos diretos e indiretos gerados pela veiculação dessas campanhas educativas caberão exclusivamente aos anunciantes, evitando assim qualquer aumento nos dispêndios governamentais.

Sala das Sessões, em 10 de agosto de 2011.

Deputada SANDRA ROSADO

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 Nº 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.077, DE 2011

(Do Sr. Vanderlei Macris)

Acrescenta dispositivo à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, para responsabilizar administrativamente empresário, encarregado de serviço, preposto, responsável por estabelecimento comercial ou por evento de outra natureza que comercializam ou fornecem bebida alcoólica a pessoa menor de 18 anos de idade.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 5215/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta dispositivo à Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990, para responsabilizar administrativamente empresário, encarregado de serviço, preposto, responsável por estabelecimento comercial ou por evento de outra natureza que comercializam ou fornecem bebida alcoólica a pessoa menor de 18 anos de idade.

Art. 2º Inclua-se o artigo 258-C à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990:

.....

"Art. 258-C – Deixar ou permitir o responsável legal, encarregado de serviço ou preposto por estabelecimento comercial, clubes de recreação, clubes de serviços, festas particulares ou abertas ao público em geral a venda, a oferta, o fornecimento ou a entrega, ainda que gratuitos, bem como a permissão de consumo de bebida alcoólica a pessoa menor de 18 anos de idade nas dependências do respectivo local.

Pena – multa 1.000 (mil reais) a 10.000,00 (dez mil reais).

§ 1º Em caso de reiteração da conduta, sem prejuízo da pena de multa, a autoridade judiciária poderá determinar a suspensão das atividades do estabelecimento por até 15 (quinze) dias ou a proibição da realização do evento pelo mesmo período.

§ 2º Se comprovada a reiteração da conduta em período inferior a 30 (trinta) dias, o estabelecimento comercial terá suas licenças de funcionamento cassadas.

§ 3º Na mesma pena de multa incorre o terceiro que assegura, por qualquer meio, que pessoas menores de 18 anos consumam bebida alcoólica nos estabelecimentos comerciais ou eventos.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Atualmente, a questão venda de bebidas alcoólicas para crianças e adolescentes tem sido polarizada entre os questionamentos referentes à caracterização de crime ou contravenção penal.

Ocorre que, além da questão delitiva, cuja prevenção é de natureza geral e especial, resta um vácuo de atenção, pois a maior repercussão do problema está em nível administrativo, uma vez que os responsáveis por estabelecimentos,

por eventos, festas, clubes e outros locais que efetuam a venda de bebidas alcoólicas se escudam nas dificuldades e emaranhados do direito penal para continuar com a prática ilícita.

Paralelamente, por não haver uma expressa consequência administrativa, as autoridades responsáveis pela fiscalização e controle da atividade de venda ou comercialização de bebidas alcoólicas quedam também na inércia por não se sentirem parte do problema, nem da solução, que hoje tem gerado consequências trágicas para crianças e adolescentes.

A responsabilização administrativa, por outro lado, pode estimular que governos estaduais, assim como os municipais, se envolvam no combate a essa prática, pois a maior consequência deve também de âmbito administrativo, não somente pela capilaridade das possíveis ações, especialmente de fiscalização, como também pelo compromisso daqueles que são efetivamente responsáveis pela autorização da comercialização de bebida alcoólica.

Apesar de o Ministério Público promover ações de responsabilização, especialmente penais, para aqueles que violem a normativa que proíbe a venda de bebidas alcoólicas para crianças e adolescentes, entende-se que a ênfase na responsabilização administrativa é imperiosa para que se complete um ciclo real, efetivo e legal de enfrentamento. É preciso pensar a responsabilização como forma de controle social, com mecanismos de coerção que podem ser eficientemente utilizados para condicionar condutas.

Outrossim, a responsabilização administrativa é consentânea com a sistemática da Lei 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente), uma vez que outras condutas da mesma natureza têm sua previsão na lei específica (arts. 245 a 258), não fazendo sentido que questão de tanta repercussão social como a venda, comercialização ou entrega de bebidas a crianças e adolescentes não esteja contemplada.

Portanto, a sugestão de mudança legislativa pretende alinhar as ações de enfrentamento para a devida e adequada responsabilização de quem vende, comercializa ou entrega de qualquer forma bebidas alcoólicas a pessoas menores de 18 anos.

Dessa forma, sugere-se a elaboração de Projeto de Lei para alterar a redação do artigo 258 do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei Federal n. 8.069/90), acrescentando mais um item na sua redação.

Pela importância e relevância da matéria, pelo seu alcance e significado, esperamos contar com o apoio dos ilustres pares no Congresso Nacional.

Sala das Sessões, em 23 de agosto de 2011.

Deputado Vanderlei Macris

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

LIVRO II
PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 245. Deixar o médico, professor ou responsável por estabelecimento de atenção à saúde e de ensino fundamental, pré-escola ou creche, de comunicar à autoridade competente os casos de que tenha conhecimento, envolvendo suspeita ou confirmação de maus-tratos contra criança ou adolescente:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 246. Impedir o responsável ou funcionário de entidade de atendimento o exercício dos direitos constantes nos incisos II, III, VII, VIII e XI do art. 124 desta Lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 247. Divulgar, total ou parcialmente, sem autorização devida, por qualquer meio de comunicação, nome, ato ou documento de procedimento policial, administrativo ou judicial relativo a criança ou adolescente a que se atribua ato infracional:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

§ 1º Incorre na mesma pena quem exibe, total ou parcialmente, fotografia de criança ou adolescente envolvido em ato infracional, ou qualquer ilustração que lhe diga respeito ou se refira a atos que lhe sejam atribuídos, de forma a permitir sua identificação, direta ou indiretamente.

§ 2º Se o fato for praticado por órgão de imprensa ou emissora de rádio ou televisão, além da pena prevista neste artigo, a autoridade judiciária poderá determinar a apreensão da publicação ou a suspensão da programação da emissora até por dois dias, bem como da publicação do periódico até por dois números.

Art. 248. Deixar de apresentar à autoridade judiciária de seu domicílio, no prazo de cinco dias, com o fim de regularizar, adolescente trazido de outra comarca para a prestação de serviço doméstico, mesmo que autorizado pelos pais ou responsável:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência, independentemente das despesas de retorno do adolescente, se for o caso.

Art. 249. Descumprir, dolosa ou culposamente, os deveres inerentes ao poder familiar ou decorrente de tutela ou guarda, bem assim determinação da autoridade judiciária ou Conselho Tutelar: *(Expressão "pátrio poder" alterada pelo art. 3º da Lei nº 12.010, de 3/8/2009)*

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 250. Hospedar criança ou adolescente desacompanhado dos pais ou responsável, ou sem autorização escrita desses ou da autoridade judiciária, em hotel, pensão, motel ou congênere:

Pena - multa. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009)*

§ 1º Em caso de reincidência, sem prejuízo da pena de multa, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009)*

§ 2º Se comprovada a reincidência em período inferior a 30 (trinta) dias, o estabelecimento será definitivamente fechado e terá sua licença cassada. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009)*

Art. 251. Transportar criança ou adolescente, por qualquer meio, com inobservância do disposto nos arts. 83, 84 e 85 desta Lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 252. Deixar o responsável por diversão ou espetáculo público de afixar, em lugar visível e de fácil acesso, à entrada do local de exibição, informação destacada sobre a natureza da diversão ou espetáculo e a faixa etária especificada no certificado de classificação:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 253. Anunciar peças teatrais, filmes ou quaisquer representações ou espetáculos, sem indicar os limites de idade a que não se recomendem:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, duplicada em caso de reincidência aplicável, separadamente, à casa de espetáculo e aos órgãos de divulgação ou publicidade.

Art. 254. Transmitir, através de rádio ou televisão, espetáculo em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação.

Pena - multa de vinte a cem salários de referência; duplicada em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar a suspensão da programação da emissora por até dois dias.

Art. 255. Exibir filme, trailer, peça, amostra ou congênere classificado pelo órgão competente como inadequado às crianças ou adolescentes admitidos ao espetáculo:

Pena - multa de vinte a cem salários de referência; na reincidência, a autoridade poderá determinar a suspensão do espetáculo ou o fechamento do estabelecimento por até quinze dias.

Art. 256. Vender ou locar a criança ou adolescente fita de programação em vídeo, em desacordo com a classificação atribuído pelo órgão competente:

Pena - multa de três a vinte salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até quinze dias.

Art. 257. Descumprir obrigação constante dos arts. 78 e 79 desta lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, duplicando-se a pena em caso de reincidência, sem prejuízo de apreensão da revista ou publicação.

Art. 258. Deixar o responsável pelo estabelecimento ou o empresário de observar o que dispõe esta lei sobre o acesso de criança ou adolescente aos locais de diversão, ou sobre sua participação no espetáculo.

Pena - multa de três a vinte salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até quinze dias.

Art. 258-A. Deixar a autoridade competente de providenciar a instalação e operacionalização dos cadastros previstos no art. 50 e no § 11 do art. 101 desta Lei:

Pena - multa de R$ 1.000,00 (mil reais) a R$ 3.000,00 (três mil reais).

Parágrafo único. Incorre nas mesmas penas a autoridade que deixa de efetuar o cadastramento de crianças e de adolescentes em condições de serem adotadas, de pessoas ou casais habilitados à adoção e de crianças e adolescentes em regime de acolhimento institucional ou familiar. *(Artigo acrescido pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009)*

Art. 258-B. Deixar o médico, enfermeiro ou dirigente de estabelecimento de atenção à saúde de gestante de efetuar imediato encaminhamento à autoridade judiciária de caso de que tenha conhecimento de mãe ou gestante interessada em entregar seu filho para adoção:

Pena - multa de R$ 1.000,00 (mil reais) a R$ 3.000,00 (três mil reais).

Parágrafo único. Incorre na mesma pena o funcionário de programa oficial ou comunitário destinado à garantia do direito à convivência familiar que deixa de efetuar a comunicação referida no *caput* deste artigo. *(Artigo acrescido pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009)*

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 259. A União, no prazo de noventa dias contados da publicação deste Estatuto, elaborará projeto de lei dispondo sobre a criação ou adaptação de seus órgãos às

diretrizes da política de atendimento fixados no art. 88 e ao que estabelece o Título V do Livro II.

Parágrafo único. Compete aos Estados Municípios promoverem a adaptação de seus órgãos e programas às diretrizes e princípios estabelecidos nesta lei.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.213, DE 2011

(Do Sr. Augusto Carvalho)

Altera a redação da Lei nº 9.294, de 1996, para incluir entre as vedações constantes de seu art. 2º o uso de cigarros e demais derivados de tabaco na área de parques nacionais e outras unidades de preservação ambiental.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2035/2007.

Art. 1º. Acrescente-se ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o seguinte § 1º, renumerando-se os demais:

"Art. 2º ...

§ 1º. Incluem-se nas proibições do "caput" deste artigo os parques nacionais e demais unidades de conservação ambiental."

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

JUSTIFICAÇÃO

A lei nº 9.924, de 1996, é mais uma das medidas de ordem pública que buscam impedir que cigarros e demais derivados do fumo prejudiquem a saúde de nossa gente.

A proposta que ora apresento à consideração de Vossas Excelências busca fazer com que tais providências se ampliem, levando a proibição de uso do fumo em nossos parques nacionais e em outras unidades de preservação ambiental.

Desnecessário dizer que a utilização de parques nacionais leva milhares e milhares de brasileiros, país afora, a buscar alguns momentos de vida ao ar livre com as delícias e os bons resultados que isso representa.

Seria possível alegar que a dimensão desses parques, na prática, pode impedir a ocorrência daquele fumante passivo que, comprova-o a ciência, também é altamente prejudicado pelos vapores do fumo.

De fato, passeia-se, ali, em grandes grupos, por trilhas ecológicas, há pistas para caminhadas e ciclovias, bancos de uso comum , locais para piqueniques e o mais.

A preocupação que aqui manifesto e que, tenho certeza, é repetida por toda nossa gente, em relevo, é óbvio, para os usuários dessas áreas, envolve outro aspecto da questão, aspecto que há de ser considerado de importância, porque também envolve aspectos ligados à saúde pública.

No país todo, em épocas de menor ou nenhuma precipitação pluviométrica, já nos acostumamos a ver, na imprensa, os imensos e danosos incêndios que destroem parte de nossos parques nacionais. Ali já se proíbem fogueiras, churrasqueiras, mas ainda não se proibiu o uso de cigarros. Desses mesmos cigarros que, depois de usados, são jogados no chão ainda acesos.

Muitas campanhas públicas exibem esse perigo e apelam para que se abandone um costume tão daninho. Porque, nunca é difícil lembrar, os parques nacionais e outras unidades de conservação ambiental, representam a garantia de ar puro, de melhor condição de vida para quem habitam em seu entorno, não sendo admissível que simples prazer – há quem prefira dizer vício – ponha por terra os objetivos que levam à criação dessas áreas de conservação, é certo, mas, também é certo, de lazer desmedido para nossa gente.

É como venho trazer esta minha proposta à consideração de Vossas Excelências, na certeza de contar com a elevada compreensão de quem, juntamente comigo , defende nossa natureza e, juntamente com ela, a saúde de cada brasileiro.

Sala das Sessões, 01 de setembro de 2011

Deputado AUGUSTO CARVALHO
PPS-DF

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.237, DE 2011

(Do Sr. Marçal Filho)

Altera o § 4º do art. 3º da 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 § 4° do art. 220 da Consti tuição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4839/2001.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - O § 4º do Art. 3º da Lei nº 9294 de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 ***todas*** *as laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor. (NR)"*

Art. 2º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Durante muitos anos o tabagismo foi visto como um estilo de vida. Porém, hoje é reconhecido pela ciência como uma doença causada pela dependência de uma droga: a nicotina.

Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), a cada ano, morrem cerca de cinco milhões de pessoas em todo o mundo, devido ao consumo dos produtos derivados do tabaco.

De forma diferente ao que acontece com a maioria dos problemas de saúde pública, o tabagismo conta com um importante fator causal ligado a um negócio: o de vender produtos de tabaco que causam dependência.

A maioria dos estudos sobre "*A prioridade da proibição da publicidade como estratégia para o controle do tabagismo"* têm demonstrado que a publicidade de tabaco não apenas leva ao aumento do consumo como influencia fortemente o público jovem, fonte de reposição de consumidores doentes ou mortos pelo cigarro.

As medidas implementadas pelo Ministério da Saúde, como a impressão de imagens chocantes nos maços, restrição ao fumo em ambientes fechados, proibição da propaganda na TV, têm causado impacto positivo nas estatísticas brasileiras.

Ao apresentar as novas imagens impressas nos maços, dentro da campanha do governo para combater o fumo, dados do ministério mostram que, nos últimos anos, o consumo per capita de cigarros no país caiu 32%. A prevalência de fumantes entre os brasileiros com mais de 15 anos de idade também diminuiu no período, passando de 32% para 17%.

O Brasil assinou a Convenção-Quadro (primeiro tratado internacional de saúde pública da história da humanidade sobre Controle do Uso do Tabaco) em junho de 2003, sendo aprovada pela Câmara dos Deputados em maio de 2004, pelo Senado Federal em outubro de 2005 e promulgada, por meio do

Decreto Legislativo nº 1.012, de 2005. A Convenção-Quadro reconhece que a expansão do tabagismo é um problema mundial.

Com a decisão, o país tornou-se o 90º país a ratificar o tratado. Ao ratificar a Convenção-Quadro, o Brasil assumiu o compromisso de adotar melhores práticas de saúde pública para proteger a população dos danos causados pelo tabagismo.

Algumas das principais medidas adotadas pela Convenção-Quadro para reduzir a demanda por tabaco seria a Regulamentação das embalagens de produtos de tabaco tornando obrigatória a inclusão de mensagens de advertências sanitárias e recomendando o uso de imagens em todas as suas embalagens.

A estratégia da indústria do fumo é a mesma no mundo inteiro e vai contra a saúde pública e ao bem estar da população. Assim, proponho através da apresentação desse Projeto de Lei, que ***Nas embalagens, as propagandas sejam seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, legível e ostensivamente destacada, em todas as laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.***

Diante da relevância desse tema, solicito o apoio dos ilustres Pares para aprovar a proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 6 de setembro de 2011.

Deputado MARÇAL FILHO

PMDB/MS

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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".

.....

.....

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1.012, DE 2005

Aprova o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica aprovado o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

Parágrafo único. Ficam sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão dos termos da referida Convenção, bem como quaisquer ajustes complementares que, nos termos do inciso I do art. 49 da Constituição Federal, acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 27 de outubro de 2005

Senador RENAN CALHEIROS
Presidente do Senado Federal

CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco - incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde - às atividades de controle do tabaco no âmbito

nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de dezembro de 1979, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica;

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde;

Acordaram o seguinte:

PARTE I: INTRODUÇÃO

ARTIGO 1
USO DE TERMOS

Para os fins da presente Convenção:

(a) "comércio ilícito" é qualquer prática ou conduta proibida por lei, relacionada à produção, envio, recepção, posse, distribuição, venda ou compra, incluída toda prática ou conduta destinada a facilitar essa atividade;

(b) "organização regional de integração econômica" é uma organização integrada por Estados soberanos, que transferiram àquela organização regional competência sobre uma diversidade de assuntos, inclusive a faculdade de adotar decisões de natureza mandatória para seus membros em relação àqueles assuntos;

(c) "publicidade e promoção do tabaco" é qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

(d) "controle do tabaco" é um conjunto de estratégias direcionadas à redução da oferta, da demanda e dos danos causados pelo tabaco, com o objetivo de melhorar a saúde da população, eliminando ou reduzindo o consumo e a exposição à fumaça de produtos de tabaco;

(e) "indústria do tabaco" é o conjunto de fabricantes, distribuidores atacadistas e importadores de produtos de tabaco;

(f) "produtos de tabaco" são todos aqueles total ou parcialmente preparados com a folha de tabaco como matéria prima, destinados a serem fumados, sugados, mascados ou aspirados;

(g)"patrocínio do tabaco" é qualquer forma de contribuição a qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, efeito ou possível efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

ARTIGO 2
RELAÇÃO ENTRE A PRESENTE CONVENÇÃO E OUTROS ACORDOS E INSTRUMENTOS JURÍDICOS

1. Com vistas a melhor proteger a saúde humana, as Partes são estimuladas a implementar medidas que vão além das requeridas pela presente Convenção e de seus protocolos, e nada naqueles instrumentos impedirá que uma Parte imponha exigências mais rígidas, compatíveis com suas disposições internas e conforme ao Direito Internacional.

2. As disposições da Convenção e de seus protocolos em nada afetarão o direito das Partes de celebrar acordos bilaterais ou multilaterais, inclusive acordos regionais ou sub-regionais, sobre questões relacionadas à Convenção e seus protocolos ou adicionais a ela e seus protocolos, desde que esses acordos sejam compatíveis com as obrigações estabelecidas pela Convenção e seus protocolos. As Partes envolvidas deverão notificar tais acordos à Conferência das Partes, por intermédio da Secretaria.

PARTE II: OBJETIVO, PRINCÍPIOS NORTEADORES E OBRIGAÇÕES GERAIS

ARTIGO 3
OBJETIVO

O objetivo da presente Convenção e de seus protocolos é proteger as gerações presentes e futuras das devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, ambientais e econômicas geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, proporcionando uma referência para as medidas de controle do tabaco, a serem implementadas pelas Partes nos níveis nacional, regional e internacional, a fim de reduzir de maneira contínua e substancial a prevalência do consumo e a exposição à fumaça do tabaco.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.396, DE 2011

(Do Sr. Ricardo Izar)

Acrescenta o inciso X ao art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a proibição do uso de cores vivas em todas as embalagens de produtos fumígeros produzidos em território nacional.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4582/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O Artigo 3º-A da Lei nº 9294, de 15 de Julho de 1996, passa a vigorar acrescido do inciso X, com a seguinte redação:

"Art. 3º-A.....

X- o uso de cores vivas nas embalagens vendidas em território nacional."

Art. 2º- Esta lei entre em vigor 180 dias depois da data de sua publicação, revogadas disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei esta em consonância com o que já foi corroborado por esta Casa em leis anteriores, pois diz respeito a mais uma forma de desestimular o uso de qualquer tipo de produto fumígero em nosso país.

Qualquer iniciativa para impedir a promoção desta droga legal deve ser contemplada. No cerne desta propositura, está à comprovação cientifica de que a cor é a parte mais emotiva do processo visual. Pesquisas provenientes dos mais diversos campos, desde a medicina até a arquitetura, comprovaram que o uso de cores tem o potencial de expressar e reforçar a informação visual, constituindo uma poderosa força do ponto de vista sensorial.

Nas palavras de João Gomes Filho, Designer gráfico e Doutor em Arquitetura pela Universidade de São Paulo: "A cor carrega consigo significados universalmente compartilhados através da experiência, bem como significados que se lhe adicionam simbolicamente. Pode ser explorada para diversas finalidades funcionais, psicológicas, simbólicas, mercadológicas, cromoterápicas, entre outras." (GOMES

FILHO, 2000 GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto, Sistema de Leitura Visual da Forma. São Paulo: Escrituras, 2000).

Ademais, tendo em vista a constatação do poder destrutivo destes produtos, a lei Nº 9294/96 que regulamenta a restrição de propaganda de produtos fumigeros e outros produtos prejudiciais a saúde, buscou impedir qualquer tipo de encorajamento ao fumo, todavia não salientou um dos métodos principais desta indústria para atrair a atenção dos indivíduos para este vicio: o uso de cores. De tal forma que o presente projeto de lei idealiza o aperfeiçoamento desta norma em um aspecto que não foi apontado pelo legislador de outrora.

Em decorrência do relevante teor da matéria para a saúde pública, peço o apoio dos nobres colegas desta Casa na aprovação da propositura em questão.

Sala das Sessões, em 22 de setembro de 2011

Deputado RICARDO IZAR (PV-SP)

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 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. 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. 3ºC, 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.418, DE 2011

(Do Sr. Wilson Filho)

Proíbe a exibição de conteúdo alusivo ao uso de produtos derivados de álcool e tabaco, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3583/2000.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe a exibição de conteúdo alusivo ao uso de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas na programação das emissoras de radiodifusão de sons e imagens.

Art. 2º É proibida a exibição na programação veiculada pelas emissoras de radiodifusão de sons e imagens de conteúdo de qualquer espécie

contendo cenas de pessoas fazendo uso de produtos fumígeros ou de bebidas alcoólicas.

§1º A exibição de programa em desconformidade com o disposto no caput sujeita a emissora à multa de R$100.000 mil reais por dia, dobrando-se o valor em caso de reincidência.

§2º Os recursos da multa a que se refere o parágrafo anterior se reverterão para o Fundo de Prevenção, Recuperação e de Combate ao Abuso de Drogas, instituído pela Lei nº 7.560, de 19 de dezembro de 1986.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os malefícios causados pelo cigarro e pelo uso abusivo de bebidas alcoólicas são bastante conhecidos, o que suscitou a edição de legislações, tanto em nível nacional quanto em outros países, que restringiram a veiculação de propaganda comercial desses produtos.

Apesar disso, a exibição de cenas que estimulam o uso de derivados de tabaco ou de bebidas alcóolicas é constante na televisão brasileira, configurando-se em uma forma velada de propaganda.

Tais conteúdos são frequentes em filmes ou séries, de produção nacional ou estrangeira, onde atores famosos fazem uso de cigarro ou de bebidas alcóolicas, em um tipo de estímulo que contraria as diretrizes nacionais de saúde pública.

Esse contexto evidencia a necessidade de adoção de uma legislação que proíba esse tipo de cena na televisão brasileira, de forma a ampliar a eficiência das políticas públicas de combate ao tabagismo e ao alcoolismo.

Assim, esta proposição visa à proibição de exibição de cenas de pessoas fazendo uso de cigarros ou bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão, fechando, assim, mais uma lacuna pela qual a propaganda velada de cigarros chegava aos lares brasileiros.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres Parlamentares desta Casa para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 28 de setembro de 2011.

Deputado Wilson Filho

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 7.560, DE 19 DE DEZEMBRO DE 1986

Cria o Fundo de Prevenção, Recuperação e de Combate às Drogas de Abuso, dispõe sobre os bens apreendidos a adquiridos com produtos de tráfico ilícito de drogas ou atividades correlatas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA ,
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

Art. 1º Fica instituído, no âmbito do Ministério da Justiça, o Fundo de Prevenção, Recuperação e de Combate ao Abuso de Drogas - FUNCAB, a ser gerido pela Secretaria Nacional de Entorpecentes, cujos recursos deverão ter o seu plano de aplicação e projetos submetidos à apreciação prévia do Conselho Federal de Entorpecentes. *(“Caput do artigo com redação dada pela Lei nº 8.764, de 20/12/1993)*

Art. 2º Constituirão recursos do FUNCAB: *(“Caput”do artigo com redação dada pela Lei nº 8.764, de 20/12/1993)*
.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.463, DE 2011

(Do Sr. Alexandre Roso)

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 artigo 220 da Constituição Federal".

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 6869/2010.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga que as embalagens e os maços de produtos fumígenos, comercializados no país, contenham mensagens e ilustrações que promovam a

conscientização sobre os benefícios que advém do abandono do consumo do tabaco e dos estilos de vida sem tabaco.

Art. 2º Os §§ 3º e 4.º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º .....

.....

§ 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, além da advertência mencionada no § 2º, expressões que promovam os benefícios que advém do abandono do consumo do tabaco, ambas acompanhadas de imagens que ilustrem o sentido das mensagens.

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º e as mensagens referidas no parágrafo anterior 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 ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

.....NR"

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo é considerado pelas instituições internacionais de saúde como o maior desafio de saúde pública do mundo, sabidamente, pelos inúmeros malefícios decorrentes do vício de fumar. Segundo informações da Organização Mundial da Saúde (OMS), um terço da população mundial adulta fuma habitualmente[5], o que leva a questionar a efetividade das advertências sanitárias antitabágicas. Estas são capazes de dissuadir um indivíduo de fumar?

[5] http://www.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=dadosnum&link=mundo.htm

A respeito, existem alguns estudos revelando que a utilização de advertência com imagens chocantes como política antitabagismo não têm o condão de mudar a conduta do fumante, mormente porque a mensagem negativa leva à rejeição, e muitas maneiras há para dissociar as imagens agressivas do risco efetivo à saúde do indivíduo.

Trata-se de um processo conhecido, na área da psicologia, como dissonância cognitiva. Ou seja, o fumante sempre encontrará maneiras para reduzir o desconforto produzido pela publicidade negativa, afinal, este mantém o vício justamente porque vislumbra mais benefícios do que riscos no hábito de fumar.

Com efeito, em processo de dissonância cognitiva, há quem se incomoda com as advertências e compra invólucros especiais para acondicionar os maços; retira o papel laminado e o usa para cobrir as imagens; ou quem escolhe imagens menos agressivas. E ainda há um grande número de fumantes que simplesmente ignora as advertências.

Diante dessa dificuldade, a presente proposta de alteração tem por escopo superar os entraves impostos pela complexidade da realidade social, na qual os indivíduos reagem de forma diferenciada aos estímulos produzidos pelas advertências sobre o consumo do tabaco.

Por outro lado, a proposta também pretende dar maior amplitude à conscientização do público jovem, principalmente àquele que ainda não possui o hábito de fumar, expondo-lhe uma ótica das expectativas que se cumprem com a manutenção de hábitos saudáveis, longe do cigarro.

Não se pretende com a proposição em epígrafe excluir as advertências já existentes, até porque a própria Constituição Federal, no artigo 220, § 4.º, dispõe

que a publicidade de produtos do tabaco deverá conter advertências sobre os malefícios do fumo.

Entretanto, é mais um elemento para coibir o aumento do consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, mormente diante do fato de que 90% dos fumantes começam a fumar antes dos 21 anos de idade, e de que se começa a fumar em idades cada vez menores.

O modelo brasileiro atual de política antitabaco toma por base o Tratado Internacional de Saúde Pública da Organização Mundial da Saúde - Convenção-Quadro sobre o Controle e Uso do Tabaco, ratificado pelo Brasil em 03 de novembro de 2005, devidamente aprovado pelo Congresso Nacional por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005 e promulgado pelo Presidente da República através do Decreto nº 5.658, de 02 de Janeiro de 2006.

Com efeito, destaca-se que a alteração pretendida está em plena consonância com o que dispõe a Convenção-Quadro para o Controle e Uso do Tabaco, cujo teor dispõe que poderão ser incluídas outras mensagens apropriadas nas carteiras unitárias e pacote de produtos de tabaco, mediante aprovação da autoridade nacional competente.

E ainda, propõe a referida Convenção sejam implementadas medidas legislativas que visem à conscientização da população sobre os benefícios que advém do abandono do consumo do tabaco e dos estilos de vida sem tabaco, através do uso de todos os instrumentos de comunicação disponíveis, *in verbis*:

> "Artigo 12. Educação, comunicação, treinamento e conscientização do público
> Cada Parte promoverá e fortalecerá a conscientização do público sobre as questões de controle do tabaco, utilizando, de maneira adequada, todos os instrumentos de comunicação disponíveis. Para esse fim, cada Parte promoverá e implementará medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas efetivas para promover:

(a) amplo acesso a programas eficazes e integrais de educação e conscientização do público sobre os riscos que acarretam à saúde, o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, incluídas suas propriedades aditivas;

(b) conscientização do público em relação aos riscos que acarretam para a saúde o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, assim como os benefícios que advém do abandono daquele consumo e dos estilos de vida sem tabaco, conforme especificado no parágrafo 2 do artigo 14;

[...]"

Pois bem. Não raro crianças e adolescentes tem acesso a cigarros dentro de suas próprias casas, e são os principais alvos da indústria tabagista, no seu intento de angariar consumidores, aproveitando-se da suscetibilidade do jovem, que nesta fase vivencia a incorporação de hábitos e comportamentos que deverão fazer parte de sua vida adulta.

Porque não fazer uso deste instrumento como forma de levar aos jovens mensagens positivas sobre o hábito saudável de não fumar? Menciona-se que na Alemanha os maços de cigarros estampam imagens aliadas a expressões do tipo "Cigarro mata. Viver bem é viver com saúde", para destacar as vantagens de não fumar (vide documento anexo).

Sabe-se que as ações de marketing das empresas tabagistas continuam a acontecer, na busca pela sobrevivência das indústrias do setor. Consequentemente, apresentar novas medidas e assumir novas posturas é essencial nas ações de prevenção e promoção da saúde.

Evidentemente que a pretendida alteração nenhum efeito fará isoladamente, razão porque campanhas de repercussão em massa devem ser reforçadas, cumuladas com esta e outras iniciativas, de sorte a causar o impacto desejado. Contudo, trata-se de mais uma "arma" para ser utilizada no controle e eliminação da droga que mais mata no mundo.

Contamos, assim, com o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 04 de outubro de 2011.

ALEXANDRE ROSO

Deputado Federal – PSB/RS

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:

.....

.....

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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 demais veículos de transporte coletivo. (NR) (Redação dada ao parágrafo pela Lei nº 10.167)

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR) (Redação dada ao parágrafo pela Lei nº 10.167)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

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)*

.....

.....

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1.012, DE 2005

Aprova o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica aprovado o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

Parágrafo único. Ficam sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão dos termos da referida Convenção, bem como quaisquer ajustes complementares que, nos termos do inciso I do art. 49 da Constituição Federal, acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 27 de outubro de 2005

Senador RENAN CALHEIROS
Presidente do Senado Federal

DECRETO Nº 5.658, DE 2 DE JANEIRO DE 2006

Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e

Considerando que o Congresso Nacional aprovou o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005;

Considerando que o Governo brasileiro ratificou a citada Convenção em 3 de novembro de 2005;

Considerando que a Convenção entrou em vigor internacional em 27 de fevereiro de 2005, e entra em vigor para o Brasil em 1º de fevereiro de 2006;

Decreta :

Art. 1º A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003, e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003, apensa por cópia ao presente Decreto, será executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém.

Art. 2º São sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão da referida Convenção ou que acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional, nos termos do art. 49, inciso I, da Constituição.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 2 de janeiro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Celso Luiz Nunes Amorim

CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco - incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde - às atividades de controle do tabaco no âmbito nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de dezembro de 1979, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica;

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde;

Acordaram o seguinte:

PARTE I: INTRODUÇÃO

.....

Artigo 12

Educação, comunicação, treinamento e conscientização do público

Cada Parte promoverá e fortalecerá a conscientização do público sobre as questões de controle do tabaco, utilizando, de maneira adequada, todos os instrumentos de comunicação disponíveis. Para esse fim, cada Parte promoverá e implementará medidas legislativas, executivas, administrativas e/ou outras medidas efetivas para promover:

(a) amplo acesso a programas eficazes e integrais de educação e conscientização do público sobre os riscos que acarretam à saúde, o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, incluídas suas propriedades aditivas;

(b) conscientização do público em relação aos riscos que acarretam para a saúde o consumo e a exposição à fumaça do tabaco, assim como os benefícios que advém do abandono daquele consumo e dos estilos de vida sem tabaco, conforme especificado no parágrafo 2 do artigo 14;

(c) acesso do público, em conformidade com a legislação nacional, a uma ampla variedade de informação sobre a indústria do tabaco, que seja de interesse para o objetivo da presente Convenção;

(d) programas de treinamento ou sensibilização eficazes e apropriados, e de conscientização sobre o controle do tabaco, voltados para trabalhadores da área de saúde, agentes comunitários, assistentes sociais, profissionais de comunicação, educadores, pessoas com poder de decisão, administradores e outras pessoas interessadas;

(e) conscientização e participação de organismos públicos e privados e organizações não-governamentais, não associadas à indústria do tabaco, na elaboração e aplicação de programas e estratégias intersetoriais de controle do tabaco; e

(f) conscientização do público e acesso à informação sobre as conseqüências adversas sanitárias, econômicas e ambientais da produção e do consumo do tabaco;

Artigo 13

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.487, DE 2011

(Do Sr. Afonso Hamm)

Altera a Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, para dispor sobre a degustação e a comercialização de vinhos, em estabelecimentos vinícolas instalados em faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos a essa faixa, em zona rural.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 3º do art. 2º da Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo a estabelecimento instalado em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal, ou a estabelecimento vitivinícola instalado em zona rural. ***(NR)"***

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A chamada "lei seca" brasileira — Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, — foi aprovada pelo Congresso Nacional (conversão de medida provisória) com o propósito de reduzir os trágicos índices de acidentes de trânsito provocados por condutores que dirigem sob a influência do álcool. Decorridos alguns anos desde a entrada em vigor dessa norma legal, seus efeitos podem ser avaliados por meio das estatísticas de acidentes de trânsito associados ao consumo de bebidas alcoólicas. O resultado, regra geral, é positivo.

Costumam ocorrer imperfeições na primeira versão de normas que se adotam sob a pressão das circunstâncias e estas precisam ser corrigidas mediante o progressivo aprimoramento da norma legal. Na "lei seca", os necessários ajustes iniciaram-se quando da apreciação, pelo Congresso Nacional, da Medida Provisória nº 415/2008, cujo art. 1º vedava peremptoriamente a venda varejista e o oferecimento para consumo de bebidas alcoólicas na faixa de domínio de rodovia federal ou em local contíguo. O § 3º do art. 2º da Lei nº 11.705/2008, entretanto, excetua de tal proibição os empreendimentos localizados em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

Consta no parecer apresentado pelo Relator da referida medida provisória que, levando em consideração inúmeras sugestões recebidas da sociedade civil, emendas oferecidas por Parlamentares e ponderações de lideranças partidárias, *"decidiu-se excluir os trechos de rodovia federal inseridos em área urbana do espaço de incidência da lei. Passa a ser possível, portanto, que estabelecimentos localizados às margens de rodovia federal, desde que no interior de perímetro urbano, vendam ou ofereçam aos consumidores bebidas alcoólicas, reduzindo o campo de contestação social e de embate jurídico em torno da medida proibitiva"*.

Essa exceção privilegiou o meio urbano em detrimento do meio rural, prejudicando a vitivinicultura brasileira. Essa tradicional atividade compreende o cultivo de uvas e a produção de vinhos, desde a reduzida escala artesanal, em empreendimentos familiares rurais, até a agroindústria do vinho, de pequeno, médio ou grande porte. O foco de nossa preocupação, neste projeto de lei, são os micros, pequenos e médios empreendimentos, que lutam para sobreviver sob condições desfavoráveis.

Cumpre registrar, a propósito, que a vinicultura brasileira tem enfrentado grandes dificuldades, em decorrência de uma série de fatores, tais como: excessiva rigidez normativa; tributação; concorrência desleal de vinhos produzidos em outros países com incentivos fiscais e que, além de importados (de forma regular) em grandes quantidades, são também frequentemente contrabandeados.

Em muitos países com tradição vitivinícola, as empresas do ramo mantêm contíguos aos locais de produção de uvas e industrialização, ambientes destinados à degustação e venda a varejo de seus produtos. Os clientes são turistas e interessados na atividade vinícola, e que não deixam de cumprir as leis que proíbem a condução de veículos sob a influência de álcool. A conscientização do público e a fiscalização é que asseguram a eficácia das normas que visam à segurança no trânsito.

Esse modelo que integra agricultura, indústria, comércio e turismo também é encontrado em algumas regiões brasileiras. A vitivinicultura tem-se expandido no Sul do País, em especial na região da Campanha Gaúcha, bem assim no vale do rio São Francisco (Nordeste do Brasil) e ainda em outras localidades. Vinhos localmente produzidos costumam ser expostos à degustação e comercializados diretamente ao consumidor, o que concorre para o equilíbrio da economia familiar e assegura a permanência de muitas pessoas no campo.

Todavia, desde a entrada em vigor da Lei nº 11.705/2008. Os investimentos estão deprimidos e o funcionamento de vinícolas vem sendo prejudicado, quando são federais as rodovias que lhes dão acesso. Paradoxalmente, a norma não se aplica se forem estaduais ou municipais as vias de acesso, ou ainda a estabelecimentos vinícolas instalados junto a rodovias federais, no meio urbano, que comercializem quaisquer bebidas alcoólicas, ainda que não as produzam.

O descabido direcionamento ao meio rural dos rigores da “lei seca” ameaça a sustentabilidade de importantíssimos segmentos da economia de atividade rural. Considero, portanto, importantíssima e urgente a adequação da legislação brasileira, de modo a assegurar-se a geração de empregos e renda para inúmeras famílias que habitam a zona rural.

Se são permitidas a oferta e a venda varejista de bebidas alcoólicas às margens de rodovias estaduais ou municipais e em áreas urbanas adjacentes às rodovias federais, é justo e natural que também possam fazê-lo os estabelecimentos situados em áreas rurais servidas por rodovias federais. E vale lembrar: o vinho não é mera bebida alcoólica; é nutritivo e, se consumido de forma moderada, é benéfico à saúde!

Esperamos contar com o imprescindível apoio de nossos Pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 5 de outubro de 2011.

Deputado Afonso Hamm

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e 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 inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da 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 obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

Art. 3º Ressalvado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei, o estabelecimento comercial situado na faixa de domínio de rodovia federal ou em terreno contíguo à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, que inclua entre suas atividades a venda varejista ou o fornecimento de bebidas ou alimentos, deverá afixar, em local de ampla visibilidade, aviso da vedação de que trata o art. 2º desta Lei.

Parágrafo único. O descumprimento do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 300,00 (trezentos reais).

.....
.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 415, DE 21 DE JANEIRO DE 2008

** Convertida na Lei nº 11.705, de 19 de Junho de 2008*

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em rodovias federais e acresce dispositivo à Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 - Código de Trânsito Brasileiro

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em local contíguo à faixa de domínio com acesso direto a rodovia, a venda varejista e o oferecimento para consumo de bebidas alcoólicas.

§ 1º A violação do disposto no caput implica multa de R$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, a multa será aplicada em dobro e suspensa a autorização para acesso a rodovia pelo prazo de dois anos.

Art. 2º O estabelecimento comercial situado na faixa de domínio de rodovia federal ou em local contíguo à faixa de domínio com acesso direto a rodovia que inclua entre

sua atividade a venda ou o fornecimento de bebidas ou alimentos deverá fixar, em local de ampla visibilidade, aviso indicativo da vedação de que trata o art. 1º.

Parágrafo único. O descumprimento do disposto no caput implica multa de R$ 300,00 (trezentos reais).

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.501, DE 2011

(Do Sr. Chico D'Angelo)

Proíbe a propaganda de produtos derivados de bebidas alcoólicas e de medicamentos nos termos que especifica.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3089/2000.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º É proibida a propaganda de produtos derivados de bebidas alcoólicas e de medicamentos em todo território nacional.

Art. 2º São revogados os §§ 1º, 2º, 3º e 5º do art. 3 e § 2º do art. 5º, da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Inicialmente parabenizo o ex deputado Paulo Delgado por ter apresentado tão relevante proposta em mandato anterior, sendo posteriormente arquivada.

O álcool faz mal a saúde. Não pode ser objeto de propaganda e publicidade a indução de hábitos de consumo, que têm como conseqüência adoecer seus usuários, levando as pessoas a serem vitimas de um desejo produzido artificial e programadamente. Nenhuma sociedade pode admitir depois das irrefutáveis evidências de risco s saúde, que alguém em qualquer tempo da sua vida

seja ensinado, estimulado e levado a beber e tomar medicamentos cotidiana e naturalmente.

A prescrição de medicamentos é uma decisão técnica profissional derivada de um diagnóstico de responsabilidade médica, não podendo ser induzida por propaganda e publicidade ou estimulada por fantasias de beneficio ou cura.

As razoes mercantis que sustentaram até hoje o uso abusivo de propaganda e publicidade do álcool e medicamento. Contrastam, sob todos os aspectos, com os custos derivados das seqüelas que produzem nos indivíduos e na sociedade.

O livre arbítrio e a livre iniciativa são preservados pela manutenção da possibilidade de fabricação, comercialização e embalagem destes produtos que constituem, por si só, também propaganda e publicidade, porém tolerável.

Diante disso é que esperamos contar com o apoio dos nobres Colegas para ver aprovada a presente proposição.

Sala das Sessões, em 06 de outubro de 2011.

Deputado CHICO D'ANGELO PT/RJ

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 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. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

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)*

.....

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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.512, DE 2011

(Do Sr. Alessandro Molon)

Dispõe sobre a inclusão de alerta nos rótulos e/ou embalagens e nas campanhas publicitárias de bebidas alcoólicas sobre os riscos de consumo de álcool durante a gravidez, como prevenção à Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4549/2004.

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º - É obrigatória a presença de informação visível aos consumidores no rótulo e/ou embalagem, de cada unidade e nas campanhas publicitárias de bebidas alcoólicas, produzidas, envazadas ou comercializadas em todo território nacional, de mensagens de advertências escritas e/ou faladas sobre os malefícios do álcool à saúde do feto durante a gestação, como prevenção à Síndrome Alcoólica Fetal-SAF.

§ 1º - Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, aquelas assim definidas por legislação federal, sem prejuízo das deliberações da ANVISA.

§ 2º - Rótulo é toda inscrição, legenda, imagem ou matéria descritiva, gráfica escrita, impressa, estampada, afixada por encaixe, gravada ou colada, vinculada à embalagem, de forma unitária ou desmembrada, conforme estabelecido pela legislação Federal.

Art. 2º - As advertências de que trata o artigo anterior, se darão por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, à afirmação “o Ministério da Saúde adverte:”.

I - "O Consumo de Álcool durante a gravidez causa má formação do Feto"

II - “O Consumo de Álcool durante a gravidez causa retardo no crescimento do Feto”.

III - "O Consumo de Álcool durante a gravidez causa atraso mental no Feto"

IV - "O Consumo de Álcool durante a gravidez causa mau funcionamento do sistema nervoso do Feto".

V - "O Consumo de Álcool durante a gravidez causa anomalias cranianas no Feto".

Parágrafo Único - As frases de advertências referidas neste artigo deverão conter o símbolo de advertência do anexo I.

Art. 3º - Nos rótulos e/ou embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o artigo anterior serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas de forma legível e ostensivamente destacada, assim como nas respectivas campanhas publicitárias de bebidas alcoólicas que sejam habitualmente comercializadas diretamente ao consumidor.

Parágrafo Único - É de responsabilidade dos importadores de bebidas alcoólicas, a confecção em língua portuguesa e colagem nas embalagens da informação prevista no artigo 1º desta Lei, observado o artigo 2º.

Art. 4º - Às empresas infratoras ao estabelecido nesta Lei será aplicada multa de 500 (quinhentas) Unidades Fiscais de Referência - UFIR's até 10.000 (dez mil) Unidades Fiscais de Referência - UFIR's, sem prejuízo das sanções previstas na legislação de responsabilidade civil e criminal e pela Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Parágrafo Único - Obriga-se o infrator, sem prejuízo da multa prevista neste artigo, a sanar as irregularidades apontadas no prazo de 30 (trinta) dias após a notificação sob pena de ser considerado reincidente.

Art. 5º - Esta Lei entrará em vigor no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

ANEXO I



JUSTIFICATIVA

Há uma grande variedade de bebidas alcoólicas espalhadas pelo mundo, fazendo do álcool a substância psicoativa mais popular do Planeta.

O Brasil detém o primeiro lugar do mundo no consumo de destilado de cachaça e é um dos maiores produtores de cerveja da qual, só a Ambev, no ano de 2008, totalizou 69,960 milhões de hectolitros vendidos. O álcool é a droga preferida dos brasileiros (68,7% do total), seguido pelo tabaco, maconha, cola, ansiolíticos, cocaína e estimulantes, nesta ordem.

O alcoolismo é a terceira doença que mais mata no mundo. Além disso, causa 350 doenças (físicas e psiquiátricas) e torna dependentes da droga um de cada dez usuários de álcool.

O álcool é a droga que mais afeta e destrói o corpo (tanto quanto a cocaína e o craque); a que mais faz vítimas; e é mais consumida entre jovens no Brasil. O índice de consumo de bebidas alcoólicas vem crescendo ao patamar alarmante e insustentável, afetando diretamente a saúde pública e causando desajuste social.

Além do desordenado crescimento do consumo de álcool em nossa sociedade, marcada pela cultural nacional, tem-se diminuída a faixa etária dos adolescentes que começam a tomar álcool cada vez mais cedo (com média atual em 13 anos) e, ainda, aumentado significativamente o consumo de bebidas alcoólicas por mulheres, principalmente durante a gestação.

Dentre os inúmeros malefícios causados pelo uso do álcool, em especial à saúde do feto durante a sua gestação, podemos identificar várias enfermidades físicas e psiquiátricas que afetam diretamente o embrião em formação, as quais são identificadas por características próprias da denominada – **SINDROME FETAL ALCOÓLICA (SFA).**

A **Síndrome Fetal Alcoólica** é o termo utilizado para descrever os efeitos comumente observados nos filhos de mães que usaram o álcool de forma abusiva durante a gravidez. A magnitude potencial de defeitos congênitos resultantes da exposição ao Etanol é relevante e causam danos irreparáveis à saúde, comprometendo não somente funções vitais dos órgãos dos embriões, como também, influenciando negativamente no convívio social após o seu nascimento.

Os defeitos físicos e mentais, resultados do consumo de álcool durante a gestação, causam ao feto atraso mental, déficit de crescimento, mau funcionamento do sistema nervoso, anomalias cranianas e desajustes de comportamento.

Estas complicações relacionadas à SFA acontecem em razão da ingestão do álcool por mulheres grávidas. O álcool é uma substância tóxica que atravessa a placenta livremente, atingindo o feto via corrente sanguínea pelo cordão umbilical acarretando-lhe sérias enfermidades crônicas.

Estudos e pesquisas oriundas dos países desenvolvidos e em desenvolvimento apontaram a ocorrência de 1 a 2 casos por mil nascidos vivos, esta situação se agrava em países de baixa renda. De acordo com os dados estatísticos, a Síndrome Fetal Alcoólica seria a causa mais comum de retardo mental de origem não genética.

Para o diagnóstico da Síndrome Fetal do Álcool devem estar presentes as alterações:

(A) – **anomalias faciais características**: microcefalia, fendas palpebrais curtas, filtro pouco pronunciado, lábios superiores estreitos, hipoplasia maxilar, sobrancelhas altas e arqueadas etc.

(B) – **retardo no crescimento** (pré e/ou pós-natal): em geral, com início pré-natal mantendo-se posteriormente peso e altura, freqüentemente, abaixo do percentil 10 sendo o peso mais severamente afetado.

(C) – **disfunções do sistema nervoso central**: anomalias neurológicas, do desenvolvimento e/ou intelectuais – tremores, prejuízo motores, atrasos do desenvolvimento, hiperatividade, prejuízos intelectuais, dificuldades na aprendizagem escolar, alterações do tamanho dos ventrículos, alterações do corpo caloso, redução do tamanho do cerebelo, crises convulsivas, perdas auditivas, alterações visuais e outras.

Embora os sinais e sintomas nunca desapareçam, eles se modificam bastante com a idade sendo que as características físicas são mais marcantes entre os 2 e os 12 anos de idade.

Estima-se que o Estado tem despendido um valor altíssimo para custar o tratamento de pessoas afetadas pelos efeitos da Síndrome do Álcool. Trata-se atualmente de um grave problema de saúde pública que tem se avançado desordenadamente, por carência de programas básicos de prevenção voltados para diminuir os danos causados pelo uso abusivo do álcool durante a gravidez.

É importante salientar também, os problemas secundários relacionados à SFA, sobretudo nas formas consideradas leves, no que tange às áreas de Educação, Justiça, e Trabalho, além da saúde, que causam grandes desajustes sociais, tais como, atraso escolar, déficit de rendimento no trabalho, dificuldade no convívio social e situações de conflito com a lei, sobrecarregando em conseqüência o Estado e a família, causando ainda, um impacto socioeconômico.

Considerando, que milhares de crianças estão sendo afetadas pela Síndrome Fetal Alcoólica em decorrência do desconhecimento e/ou falta de informações sobre as causas nocivas do consumo do álcool durante a gestação, torna-se necessário conscientizar, informar e mobilizar a população sobre os efeitos prejudiciais do álcool, mormente as mulheres, que estão perante a questão, mais vulneráveis às implicações da Síndrome Fetal Alcoólica, que na sua maioria desconhece sobre o assunto.

Para viabilizar o acesso às informações e potencializar a conscientização da sociedade sobre os males causados à saúde do embrião pelo uso abusivo do álcool durante a gravidez, é preciso alertar da importância dos programas e campanhas de prevenção na saúde mental e para a necessidade urgente de se investir mais na promoção de estilos de vidas saudáveis, até porque não podemos ignorar o panorama do nosso país no que diz respeito aos consumos de álcool nos adolescentes ou jovens adultos, incluindo as mulheres.

Visando primordialmente proteger de forma integral os direitos da Criança, garantindo-lhe de forma efetiva a inviolabilidade aos seus direitos fundamentais, principalmente ao direito à vida digna e saudável, com fulcro no artigo 227 da Constituição da Republica, que estatui que é dever de todo o cidadão, da sociedade e do Estado, zelarem pela integridade física e moral da criança e do adolescente, tem por objetivo neste trabalho, propor ao Poder Público a criação do **Projeto de Lei com a finalidade instituir advertências dos males do álcool à saúde do feto durante a gravidez, nos rótulos e/ou nas embalagens de bebidas alcoólicas de todo o gênero e espécie, destinadas ao consumidor, bem como nas propagandas publicitárias, alertando sobre a Síndrome Fetal Alcoólica, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.**

Tendo em vista a enorme lacuna existente na legislação pátria, na área da saúde, referente à matéria específica de regulamentação e promoção de políticas públicas de prevenção contra a Síndrome Fetal Alcoólica, a criação por Lei da obrigatoriedade de conter

advertências sobre os malefícios do álcool à saúde do feto durante a gestação nas embalagens de bebidas alcoólicas, possibilitará que a população tenha acesso às informações de prevenção e proteção à saúde e, ainda, conscientizará de forma contumaz sobre as inúmeras enfermidades que o álcool pode causar, dentre elas, a Síndrome Fetal Alcoólica.

É fundamental esclarecer que tais advertências, poderão minimizar o problema em tela, alertando que a Síndrome Fetal Alcoólica é 100% evitável e evitando que outros milhares de crianças nasçam vítimas desta síndrome.

Diante desta alarmante situação que assola a saúde pública em nosso País, justifica-se a criação da Lei ora mencionada, que buscará mobilizar o Poder Público da premente urgência em regulamentar sobre o assunto, para viabilizar que todos tenham acesso às informações básicas de prevenção e proteção à saúde de forma democrática.

Sala das Sessões, em 11 de outubro de 2011

ALESSANDRO MOLON

Deputado Federal – PT/RJ

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.

.....

CAPÍTULO VII

DA FAMÍLIA, DA CRIANÇA, DO ADOLESCENTE, DO JOVEM E DO IDOSO

(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)

Art. 226. A família, base da sociedade, tem especial proteção do Estado.

§ 1º O casamento é civil e gratuita a celebração.

§ 2º O casamento religioso tem efeito civil, nos termos da lei.

§ 3º Para efeito da proteção do Estado, é reconhecida a união estável entre o homem e a mulher como entidade familiar, devendo a lei facilitar sua conversão em casamento.

§ 4º Entende-se, também, como entidade familiar a comunidade formada por qualquer dos pais e seus descendentes.

§ 5º Os direitos e deveres referentes à sociedade conjugal são exercidos igualmente pelo homem e pela mulher.

§ 6º O casamento civil pode ser dissolvido pelo divórcio. *(Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 66, de 2010)*

§ 7º Fundado nos princípios da dignidade da pessoa humana e da paternidade responsável, o planejamento familiar é livre decisão do casal, competindo ao Estado propiciar recursos educacionais e científicos para o exercício desse direito, vedada qualquer forma coercitiva por parte de instituições oficiais ou privadas.

§ 8º O Estado assegurará a assistência à família na pessoa de cada um dos que a integram, criando mecanismos para coibir a violência no âmbito de suas relações.

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem , com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. *("Caput" do artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)*

§ 1º O Estado promoverá programas de assistência integral à saúde da criança, do adolescente e do jovem, admitida a participação de entidades não governamentais, mediante políticas específicas e obedecendo aos seguintes preceitos: *(Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)*

I - aplicação de percentual dos recursos públicos destinados à saúde na assistência materno-infantil;

II - criação de programas de prevenção e atendimento especializado para as pessoas portadoras de deficiência física, sensorial ou mental, bem como de integração social do adolescente e do jovem portador de deficiência, mediante o treinamento para o trabalho e a convivência, e a facilitação do acesso aos bens e serviços coletivos, com a eliminação de obstáculos arquitetônicos e de todas as formas de discriminação. *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)*

§ 2º A lei disporá sobre normas de construção dos logradouros e dos edifícios de uso público e de fabricação de veículos de transporte coletivo, a fim de garantir acesso adequado às pessoas portadoras de deficiência.

§ 3º O direito a proteção especial abrangerá os seguintes aspectos:

I - idade mínima de quatorze anos para admissão ao trabalho, observado o disposto no art. 7º, XXXIII;

II - garantia de direitos previdenciários e trabalhistas;

III - garantia de acesso do trabalhador adolescente e jovem à escola; *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)*

IV - garantia de pleno e formal conhecimento da atribuição de ato infracional, igualdade na relação processual e defesa técnica por profissional habilitado, segundo dispuser a legislação tutelar específica;

V - obediência aos princípios de brevidade, excepcionalidade e respeito à condição peculiar de pessoa em desenvolvimento, quando da aplicação de qualquer medida privativa da liberdade;

VI - estímulo do poder público, através de assistência jurídica, incentivos fiscais e subsídios, nos termos da lei, ao acolhimento, sob a forma de guarda, de criança ou adolescente órfão ou abandonado;

VII - programas de prevenção e atendimento especializado à criança, ao adolescente e ao jovem dependente de entorpecentes e drogas afins. *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)*

§ 4º A lei punirá severamente o abuso, a violência e a exploração sexual da criança e do adolescente.

§ 5º A adoção será assistida pelo poder público, na forma da lei, que estabelecerá casos e condições de sua efetivação por parte de estrangeiros.

§ 6º Os filhos, havidos ou não da relação do casamento, ou por adoção, terão os mesmos direitos e qualificações, proibidas quaisquer designações discriminatórias relativas à filiação.

§ 7º No atendimento dos direitos da criança e do adolescente levar-se-á em consideração o disposto no art. 204.

§ 8º A Lei estabelecerá:

I – o estatuto da juventude, destinado a regular os direitos dos jovens;

II – o plano nacional de juventude, de duração decenal, visando à articulação das várias esferas do poder público para a execução de políticas públicas. *(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)*

Art. 228. São penalmente inimputáveis os menores de dezoito anos, sujeitos às normas da legislação especial.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.601, DE 2011

(Do Sr. João Dado)

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 estabelecer limitações adicionais à propaganda comercial de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-3042/1997.

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 estabelecer limitações adicionais à propaganda de bebidas alcoólicas.

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

"Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as ***vinte e três*** *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 ideias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Não será permitida a afixação de pôsteres, painéis, outdoors e cartazes contendo propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas vias e logradouros públicos, em

postos de combustíveis, no interior e nas imediações de eventos que contem com patrocínio de órgãos governamentais e/ou de empresas estatais, em estabelecimentos localizados nas margens de rodovias federais ou em estabelecimentos que sejam frequentados por menores de dezoito anos.

§ 3º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool. (NR)"

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo excessivo de bebidas alcoólicas e a associação entre bebida e direção são graves problemas sociais em nosso País. Anualmente, milhares de vidas são perdidas devido ao álcool, seja devido às doenças por ele ocasionadas, seja devido a acidentes de trânsito causados por motoristas alcoolizados.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde – OMS, o uso excessivo de bebidas alcoólicas resulta em mais de 2,5 milhões de mortes anualmente em todo o mundo. O álcool, assim, é o terceiro maior fator de risco para doenças e deficiências, e pode ser atribuído a 4% de todas as mortes registradas no planeta. No Brasil, essa estatística é ainda mais alarmante. Também segundo os dados da OMS, 7,29% das mortes de homens e 1,4% das mortes de mulheres são causadas pelo uso excessivo de álcool.

Portanto, são necessárias políticas públicas intensivas, que possam diminuir as taxas de consumo excessivo de álcool no Brasil. De acordo com a nossa análise, uma boa estratégia é a imposição de limitações adicionais às que já existem em relação à propaganda comercial de bebidas alcoólicas. Diversos estudos realizados em âmbito mundial comprovam a ligação íntima entre a exibição de propagandas de bebidas alcoólicas e a indução ao seu consumo, especialmente entre jovens. Exatamente devido à existência dessas informações, diversas nações no planeta optaram por endurecerem suas legislações relativas à propaganda de bebidas alcoólicas, estabelecendo limitações adicionais.

É exatamente o que pretendo com este Projeto de Lei. Caso aprovada, a proposição estabelecerá que o horário permitido para a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão passará a ser das 23 horas às 06 horas – atualmente, essa faixa vai de 21 horas às 06 horas. Além disso, o projeto proíbe a afixação de pôsteres, painéis, outdoors e cartazes contendo propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas vias e logradouros públicos, em postos de combustíveis, no interior e nas imediações de eventos que contem com patrocínio de órgãos governamentais e/ou de empresas estatais, em estabelecimentos localizados nas margens de rodovias federais ou em estabelecimentos que sejam frequentados por menores de dezoito anos.

Com a certeza da conveniência e oportunidade do presente Projeto de Lei, que irá instituir mecanismos que ajudarão no combate ao uso excessivo de bebidas alcoólicas, conclamo o apoio dos nobres pares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 26 de outubro de 2011.

Deputado João Dado

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:

.....

.....

LEI Nº 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. 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.649, DE 2011

(Do Sr. Junji Abe)

Altera a redação do art. 243 da Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990 - ECA e revoga o inciso I do art. 63 do Decreto-lei nº 3.688, de 1941 - Lei de Contravenções Penais.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6411/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º Esta Lei altera a redação do art. 243 da Lei 8.069, de 13 de julho de 1990 – ECA, a fim de incluir bebidas alcoólicas aos produtos que especifica, e revoga o inciso I do art. 63 do Decreto-lei nº. 3.688, de 3 de outubro de 1941 – LCP.

Art. 2.º O art. 243 da Lei 8.069, de 13 de julho de 1990 -ECA, passa a vigorar com a seguinte redação:

> "Art. 243. Vender, servir, fornecer, ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, bebidas alcoólicas e produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida."
>
> ..... (NR)

Art. 3.º Fica revogado o inciso I do art. 63 do Decreto-lei nº. 3.688, de 3 de outubro de 1941.

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

JUSTIFICAÇÃO

É bastante comum ver-se condenações de pessoas com base no disposto no artigo 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente, por venda de bebidas alcoólicas a menor de 18 anos.

No entanto, verifica-se que a única tipificação penal para os casos inerentes a menores e bebidas alcoólicas, é a do artigo 63, inciso I, da Lei das Contravenções Penais, o qual define como contravenção o ato de SERVIR bebida alcoólica a menor.

Para as hipóteses relacionadas a bebida alcoólica, não cabe a aplicação do artigo 243 do ECA, que reza:

"Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida".

Muito embora não se desconheça que o álcool cause dependência física, ele não é considerado como tal, porque o legislador, no artigo 81, incisos II e III, do Estatuto da Criança e do Adolescente, estabeleceu uma nítida e inequívoca distinção entre o álcool e produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, senão vejamos:

"Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:

I – armas, munições e explosivos;

II – bebidas alcoólicas;

III – produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - ...

V - ...

VI - ...

Ora, se o legislador no inciso II fez referência a bebidas alcoólicas e no inciso III fez referência a produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, é porque, pelo menos para os fins específicos desta lei, existe diferença entre uma coisa e outra.

Assim, se o artigo 243 do ECA não utiliza o termo bebidas alcoólicas, mas apenas a expressão produtos cujos componentes possam causar

dependência física ou psíquica, obviamente ele não pode ser aplicado à espécie, pois a lei trata os produtos de maneira distinta em outro dispositivo.

Também pela distinção inserida no artigo 81 do ECA, com relação a bebidas alcoólicas e produtos que causem dependência física ou psíquica, é claro que o artigo 243 daquele estatuto não revogou o artigo 63, inciso I, da LCP.

No que concerne à revogação do inciso I do art. 63 do Decreto-lei nº. 3.688, de 3 de outubro de 1941 – LCP, é importante esclarecer que o objetivo almejado com a alteração na redação do referido artigo é tipificar a conduta SERVIR como crime constante do ECA, artigo 243, vez que tal conduta aparece no Decreto-lei nº. 3.688/1941 apenas como contravenção penal, e, consequentemente, com pena mais branda que as demais.

O ato de servir bebida alcoólica a menores deve ter peso maior que o ato de vender, haja vista tratar-se de conduta onde a ingestão do álcool pelo menor é iminente. Além disso, esta conduta, em específico, alcançará pessoas que servem bebidas a menor, ainda que fora dos estabelecimentos de comercialização do referido produto.

Assim sendo, vimos propor à apreciação da Casa o presente projeto de lei, esperando o apoio dos nobres Pares para seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em 8 de novembro de 2011.

Deputado **JUNJI ABE**

PSD/SP

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III

DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

.....
.....

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

O Presidente da República, usando das atribuições que lhe confere o artigo 180 da Constituição,

DECRETA:

LEI DAS CONTRAVENÇÕES PENAIS

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de dezoito anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de frequentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de dois meses a um ano, ou multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.683, DE 2011

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Dispõe sobre a proibição da produção e comercialização de produtos derivados do tabaco, contendo aditivos aromatizantes.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-7233/2010.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei proíbe a produção e comercialização de produtos derivados do tabaco, contendo aditivos aromatizantes.

Art. 2º Ficam proibidas em todo o território nacional a produção e comercialização de produtos derivados do tabaco, contendo aditivos aromatizantes.

Art. 3º O órgão de vigilância sanitária do nível federal publicará anualmente lista especificando os aditivos referidos no artigo anterior.

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

JUSTIFICAÇÃO

O tabaco, principalmente o cigarro, é a segunda droga mais consumida entre adolescentes do Brasil. Dados da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em convênio com o Ministério da Saúde no ano de 2009 mostraram que 24,2% dos escolares experimentaram o cigarro alguma vez.

Além disso, sabe-se que a iniciação precoce ao fumo é um preditor de uso de outras substâncias causadoras de dependência química, como álcool e drogas ilícitas.

Com essa preocupação, vários países vêm adotando medidas para prevenir a iniciação do tabagismo entre adolescentes. Uma das mais importantes é reduzir a atratividade dos produtos de tabaco, sobretudo dos cigarros.

Com esse objetivo, os Estados Unidos, o Canadá e a Austrália aprovaram em 2010 leis banindo aditivos para dar sabor aos cigarros.

Considerando que a legislação brasileira sobre a prevenção ao tabagismo é uma das mais avançadas do mundo, é fundamental que avancemos na proteção à saúde de nossos jovens, proibindo o uso de aditivos com essência nos produtos derivados do tabaco.

Desse modo, conto com o apoio dos nobres Parlamentares a fim de aprovar essa proposição.

Sala das Sessões, em 9 de novembro de 2011.

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB

PROJETO DE LEI N.º 2.896, DE 2011

(Do Sr. Roberto de Lucena)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para introduzir restrições à divulgação publicitária de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior, assim como de bebidas alcoólicas, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

§ 1º .....

.....

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

.....

.....

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, bem como as embalagens e rótulos de bebidas alcoólicas, 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.

§ 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, embalagens, rótulos ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

....." (NR)

Art. 2º O caput do art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"*Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, bem como às bebidas alcoólicas, são proibidos:*" (NR)

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os males decorrentes do tabagismo são diversos, e bem conhecidos já há algumas décadas, tanto que a classe médica e as autoridades sanitárias de todo o mundo vêm adotando diversas medidas para desestimular o hábito.

Nesse particular, nós no Brasil podemos nos orgulhar de ter um dos programas de redução de tabagismo mais bem-sucedidos do mundo. Em 1989, estimava-se uma prevalência de 30% de fumantes na nossa população, percentagem que foi calculada em 15,1% em 2010. Uma redução de cinquenta por cento, e em movimento continuamente descendente.

Uma parte expressiva desse sucesso pode ser sem dúvida atribuída às restrições à publicidade de cigarro e assemelhados estabelecidas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com as modificações introduzidas por leis posteriores. Hoje, principalmente, não há mais publicidade de cigarros veiculada nos meios de comunicação de massa. O cigarro e o hábito de fumar não adentram mais os lares brasileiros por essa poderosa ferramenta que é a televisão. Como resultado, os jovens e crianças que não têm o cigarro em suas mentes não sentem vontade e não experimentam, nada perdendo e muito ganhando.

Assim como o tabagismo, sabemos que o hábito do etilismo é prejudicial. Além de ser causa de enfermidades, o é também de violência, acidentes e absenteísmo, e as autoridades sanitárias batem-se por reduzir o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil.

O presente projeto busca simplesmente aproveitar medidas que já se mostraram bem-sucedidas em relação ao tabagismo e aplicá-las às bebidas alcoólicas, ação facilitada pelo fato de a publicidade de ambos os tipos de produto ser regida pela mesma lei.

As pequenas modificações aqui propostas visam a estender às bebidas alcoólicas as bem-sucedidas restrições aplicadas aos produtos derivados do tabaco, restringindo sua publicidade e obrigando à veiculação de mensagens esclarecedoras sobre os seus malefícios.

Por estar convicto do mérito da proposição, apresento-a a meus nobres pares e peço os votos necessários para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 08 de dezembro de 2011.

Deputado Roberto de Lucena

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.901, DE 2011

(Do Sr. Jerônimo Goergen)

Dispõe sobre a restrição de inclusão de aditivos em produtos fumígeros em geral, derivados ou não do tabaco, comercializados em território nacional.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-7233/2010.

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º. A Lei nº. 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

> **"Art. 2º-A.** É proibida a comercialização, em todo o território nacional, de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, que contenham aditivos que lhes confiram sabor característico, natural ou artificial, assim considerados aqueles que sejam claramente identificáveis pelos consumidores, a exceção de tabaco e mentol.
>
> **Parágrafo único**. Cabe ao Ministério da Saúde definir a listagem de aditivos, bem como os respectivos limites quantitativos a partir dos quais os sabores por eles conferidos passam a ser considerados característicos, nos termos do **caput** deste artigo.

Art. 2º. Esta lei entra em vigor 12 (doze) meses após a data de publicação". (NR)

JUSTIFICATIVA

O Brasil é signatário da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, aprovada pelo Congresso Nacional por meio do Decreto Legislativo n° 1.012, de 27 de

outubro de 2005, e promulgada pelo Presidente da República por via do Decreto n° 5.658, de 02 de janeiro de 2006.

A Convenção Quadro tem como um de seus objetivos principais a redução, de maneira contínua e substancial, da prevalência do consumo de cigarro e outros produtos fumígeros e, por esta razão, diversos diplomas legais têm sido editados no país com este propósito.

Nesta mesma linha, a Lei Federal nº 9.294/96 regula a comercialização destes produtos, inclusive através de controle dos meios de publicidade e propaganda, no entanto, nada dispõe sobre possíveis restrições à utilização de aditivos nos produtos fumígeros, razão pela qual o presente Projeto de Lei faz-se relevante.

Por esta razão, o que se pretende é a proibição de aditivos, especialmente aqueles que contém substâncias adocicadas, aos produtos fumígeros em geral, derivados ou não do tabaco.

No entanto, há que se considerar que um banimento total dos aditivos poderia acabar gerando efeitos opostos ao que se pretende, a exemplo do que ocorreu no início do século XX nos EUA, quando a proibição de bebidas alcoólicas acabou por incrementar sobremaneira o mercado ilegal e enriqueceu criminosos sem qualquer compromisso com o consumidor e com o Estado.

O incremento do mercado ilegal – problema de amplo conhecimento no cenário brasileiro – poderia se dar, ainda, através da migração de consumidores fumantes de cigarros com aditivos, já que as empresas ilegais certamente continuariam a produzir tais produtos mesmo após o banimento legislativo.

Por esta razão, optou-se por excetuar da lista de aditivos proibidos a ser futuramente elaborada, o tabaco, mentol e cravo. A opção por estes aditivos se deu pelo fato de que, em relação a estas substâncias, há diversos estudos e análises realizados nos Estados Unidos e na Europa que comprovam não haver evidências de que sua proibição reduziria o consumo de cigarro.

É nesse sentido a propositura apresentada, da qual conto com os nobres pares para aprovação.

Sala das Sessões, em 08 de dezembro 2011.

JERÔNIMO GOERGEN
Deputado Federal

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 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 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)*

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

.....

.....

Faço saber que o Congresso Nacional aprovou, e eu, Renan Calheiros, Presidente do Senado Federal, nos termos do art. 48, inciso XXVIII, do Regimento Interno, promulgo o seguinte

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1.012, DE 2005

Aprova o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica aprovado o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

Parágrafo único. Ficam sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão dos termos da referida Convenção, bem como quaisquer ajustes complementares que, nos termos do inciso I do art. 49 da Constituição Federal, acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 27 de outubro de 2005

Senador RENAN CALHEIROS
Presidente do Senado Federal

DECRETO Nº 5.658, DE 2 DE JANEIRO DE 2006

Promulga a Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003 e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e

Considerando que o Congresso Nacional aprovou o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 27 de outubro de 2005;

Considerando que o Governo brasileiro ratificou a citada Convenção em 3 de novembro de 2005;

Considerando que a Convenção entrou em vigor internacional em 27 de fevereiro de 2005, e entra em vigor para o Brasil em 1º de fevereiro de 2006;

Decreta :

Art. 1º A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, adotada pelos países membros da Organização Mundial de Saúde em 21 de maio de 2003, e assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003, apensa por cópia ao presente Decreto, será executada e cumprida tão inteiramente como nela se contém.

Art. 2º São sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão da referida Convenção ou que acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional, nos termos do art. 49, inciso I, da Constituição.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 2 de janeiro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Celso Luiz Nunes Amorim

Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco

Preâmbulo

As Partes desta convenção,

Determinadas a dar prioridade ao seu direito de proteção à saúde pública;

Reconhecendo que a propagação da epidemia do tabagismo é um problema global com sérias conseqüências para a saúde pública, que demanda a mais ampla cooperação internacional possível e a participação de todos os países em uma resposta internacional eficaz, apropriada e integral;

Tendo em conta a preocupação da comunidade internacional com as devastadoras conseqüências sanitárias, sociais, econômicas e ambientais geradas pelo consumo e pela exposição à fumaça do tabaco, em todo o mundo;

Seriamente preocupadas com o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde;

Reconhecendo que a ciência demonstrou de maneira inequívoca que o consumo e a exposição à fumaça do tabaco são causas de mortalidade, morbidade e incapacidade e que as doenças relacionadas ao tabaco não se revelam imediatamente após o início da exposição à fumaça do tabaco e ao consumo de qualquer produto derivado do tabaco;

Reconhecendo ademais que os cigarros e outros produtos contendo tabaco são elaborados de maneira sofisticada de modo a criar e a manter a dependência, que muitos de seus compostos e a fumaça que produzem são farmacologicamente ativos, tóxicos, mutagênicos, e cancerígenos, e que a dependência ao tabaco é classificada separadamente como uma enfermidade pelas principais classificações internacionais de doenças;

Admitindo também que há evidências científicas claras de que a exposição pré-natal à fumaça do tabaco causa condições adversas à saúde e ao desenvolvimento das crianças;

Profundamente preocupadas com o elevado aumento do número de fumantes e outras formas de consumo de tabaco entre crianças e adolescentes em todo o mundo, particularmente com o fato de que se começa a fumar em idades cada vez menores;

Alarmadas pelo aumento do número de fumantes e de outras formas de consumo de tabaco por mulheres e meninas em todo o mundo e tendo presente a importância da participação plena das mulheres em todos os níveis de elaboração e implementação de políticas, bem como da necessidade de estratégias de controle específicas para cada gênero;

Profundamente preocupadas com o elevado número de fumantes e de outras formas de consumo do tabaco por membros de povos indígenas;

Seriamente preocupadas com o impacto de todos os tipos de publicidade, promoção e patrocínio destinados a estimular o uso de produtos de tabaco;

Reconhecendo que uma ação cooperativa é necessária para eliminar todas as formas de tráfico ilícito de cigarros e de outros produtos de tabaco, incluídos contrabando, fabricação ilícita e falsificação;

Reconhecendo que o controle do tabaco em todos os níveis, e particularmente nos países em desenvolvimento e nos de economia em transição, requer recursos financeiros e técnicos suficientes e adequados às necessidades atuais e estimadas para as atividades de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de estabelecer mecanismos apropriados para enfrentar as conseqüências sociais e econômicas que, a longo prazo, surgirão com o êxito das estratégias de redução da demanda de tabaco;

Conscientes das dificuldades sociais e econômicas que podem gerar a médio e longo prazo os programas de controle do tabaco em alguns países em desenvolvimento ou com economias em transição, e reconhecendo suas necessidades por assistência técnica e financeira no contexto das estratégias de desenvolvimento sustentável formuladas no nível nacional;

Conscientes do valioso trabalho sobre controle do tabaco conduzido por vários Estados, destacando a liderança da Organização Mundial de Saúde, bem como os esforços de outros organismos e entidades do sistema das Nações Unidas e de outras organizações intergovernamentais internacionais e regionais no estabelecimento de medidas de controle do tabaco;

Enfatizando a contribuição especial de organizações não-governamentais e de outros membros da sociedade civil não vinculados à indústria do tabaco - incluindo as associações de profissionais da saúde, de mulheres, de jovens, de ambientalistas e de grupo de consumidores e instituições docentes e de atenção à saúde - às atividades de controle do tabaco no âmbito nacional e internacional, bem como a importância decisiva de sua participação nas atividades nacionais e internacionais de controle do tabaco;

Reconhecendo a necessidade de manter a vigilância ante qualquer tentativa da indústria do tabaco de minar ou desvirtuar as atividades de controle do tabaco, bem como a necessidade de manterem-se informadas sobre as atuações da indústria do tabaco que afetem negativamente às atividades de controle do tabaco;

Recordando o Artigo 12 do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, adotado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966, pelo qual se declara que toda pessoa tem direito de gozar o mais elevado nível de saúde física e mental;

Recordando ainda o preâmbulo da Constituição da Organização Mundial de Saúde, que afirma que o gozo do mais elevado nível de saúde que se possa alcançar é um dos direitos fundamentais de todo ser humano, sem distinção de raça, religião, ideologia política, condição econômica ou social;

Determinadas a promover medidas de controle do tabaco fundamentadas em considerações científicas, técnicas e econômicas atuais e pertinentes;

Recordando que a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra as Mulheres, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 18 de dezembro de 1979, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção devem tomar as medidas cabíveis para eliminar a discriminação contra as mulheres na área da atenção médica;

Recordando ademais que a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Assembléia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989, dispõe que os Estados Participantes daquela convenção reconhecem o direito da criança de desfrutar o mais elevado nível possível de saúde;

Acordaram o seguinte:

PARTE I: INTRODUÇÃO

Artigo 1

Uso de termos

Para os fins da presente Convenção:

(a) "comércio ilícito" é qualquer prática ou conduta proibida por lei, relacionada à produção, envio, recepção, posse, distribuição, venda ou compra, incluída toda prática ou conduta destinada a facilitar essa atividade;

(b) "organização regional de integração econômica" é uma organização integrada por Estados soberanos, que transferiram àquela organização regional competência sobre uma diversidade de assuntos, inclusive a faculdade de adotar decisões de natureza mandatória para seus membros em relação àqueles assuntos;

(c) "publicidade e promoção do tabaco" é qualquer forma de comunicação, recomendação ou ação comercial com o objetivo, efeito ou provável efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

(d) "controle do tabaco" é um conjunto de estratégias direcionadas à redução da oferta, da demanda e dos danos causados pelo tabaco, com o objetivo de melhorar a saúde da população, eliminando ou reduzindo o consumo e a exposição à fumaça de produtos de tabaco;

(e) "indústria do tabaco" é o conjunto de fabricantes, distribuidores atacadistas e importadores de produtos de tabaco;

(f) "produtos de tabaco" são todos aqueles total ou parcialmente preparados com a folha de tabaco como matéria prima, destinados a serem fumados, sugados, mascados ou aspirados;

(g)"patrocínio do tabaco" é qualquer forma de contribuição a qualquer evento, atividade ou indivíduo com o objetivo, efeito ou possível efeito de promover, direta ou indiretamente, um produto do tabaco ou o seu consumo;

Artigo 2

Relação entre a presente Convenção e outros acordos e instrumentos jurídicos

1. Com vistas a melhor proteger a saúde humana, as Partes são estimuladas a implementar medidas que vão além das requeridas pela presente Convenção e de seus protocolos, e nada naqueles instrumentos impedirá que uma Parte imponha exigências mais rígidas, compatíveis com suas disposições internas e conforme ao Direito Internacional.

2. As disposições da Convenção e de seus protocolos em nada afetarão o direito das Partes de celebrar acordos bilaterais ou multilaterais, inclusive acordos regionais ou sub-regionais, sobre questões relacionadas à Convenção e seus protocolos ou adicionais a ela e seus protocolos, desde que esses acordos sejam compatíveis com as obrigações estabelecidas pela Convenção e seus protocolos. As Partes envolvidas deverão notificar tais acordos à Conferência das Partes, por intermédio da Secretaria.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.925, DE 2011

(Da Comissão Especial de Políticas sobre Drogas)

Estabelece regras para comercialização de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1115/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece regras para comercialização de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

Art. 2º O rótulo de bebidas alcoólicas deverá conter advertência sobre seus malefícios, segundo frases estabelecidas pelo órgão competente.

§ 1º Os rótulos, com exceção dos produtos destinados à exportação, conterão a advertência mencionada no caput, acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

§ 2° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o caput deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, nos recipientes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei tem por objetivo obrigar que sejam inseridas mensagens de alerta sobre os perigos da ingestão de bebidas alcoólicas na forma de rótulos nos seus recipientes.

Tal medida surtiu efeito muito positivo no caso dos cigarros, o que colaborou positivamente para a redução do consumo e, consequentemente, para a saúde pública.

Com essa medida, esperamos desestimular o consumo de bebidas alcoólicas pela difusão do conhecimento acerca das complicação para a saúde associadas ao consumo abusivo.

Pelo exposto, entendemos que a proposta contribui para o aperfeiçoamento da legislação nacional pelo que contamos com o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de dezembro de 2011.

Deputado Reginaldo Lopes
Presidente

Deputado Givaldo Carimbão
Relator

PROJETO DE LEI N.º 2.927, DE 2011

(Da Comissão Especial de Políticas sobre Drogas)

Estabelece regras para comercialização de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4745/2001.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece regras para comercialização de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

Art. 2º É proibida a venda de bebidas alcoólicas geladas.

Parágrafo único. Os bares e restaurantes poderão vender bebidas alcoólicas geladas para o consumo imediato e no interior de suas dependências.

Art.3º O descumprimento do previsto nesta Lei sujeita o estabelecimento comercial a multa de um a cinquenta salários mínimos, na forma do regulamento.

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei tem por objetivo proibir a venda de bebidas alcoólicas refrigeradas cujo consumo não se realize nas dependências de bares e restaurantes.

Tem sido observado que supermercados e outros estabelecimentos comerciais vendem bebidas alcoólicas "prontas para o consumo" que são adquiridas e levadas para os mais variados locais.

Com essa singela medida, esperamos desestimular esse tipo de consumo das bebidas que, costumeiramente, necessitam de refrigeração para melhorarem a sua aceitabilidade.

Pelo exposto, entendemos que a proposta contribui para o aperfeiçoamento da legislação nacional pelo que contamos com o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de dezembro de 2011.

Deputado Reginaldo Lopes
Preesidente

Deputado Givaldo Carimbão
Relator

PROJETO DE LEI N.º 2.931, DE 2011

(Da Comissão Especial de Políticas sobre Drogas)

Altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 para proibir a propaganda de bebidas alcoólicas nos órgãos de comunicação de massa.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1277/1999.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 para proibir a propaganda de bebidas alcoólicas nos órgãos de comunicação de massa.

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

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico."(NR)

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei tem por objetivo proibir a veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas nos meios de comunicação de massa.

Tal medida surtiu benéficos efeitos no caso do tabaco. A ingestão de álcool é ainda mais danosa à saúde é até mesmo à vida das pessoas. Mais de 35.000 pessoas falecem anualmente em acidentes de trânsito, boa parte deles causados por motoristas alcoolizados.

Recebemos sugestão do Ministério Público para que não houvesse tolerância no que que diz respeito ao teor alcoólico como critério para a exibição de propaganda de bebidas. Nesse sentido, incorporamos à justificativa desta proposição os argumentos apresentados pelos Srs. Marcos Tofani Baer Bahia – Promotor de Justiça/MG e Paulo Calmon Nogueira Gama – Procurador de Justiça/MG.

No Brasil, a publicidade de bebidas alcoólicas, especificamente, é disciplinada pela Constituição da República (art. 220, §4º) e pela lei federal 9294/96, que impõe restrições ao horário de veiculação e ao conteúdo das mensagens publicitárias. O código de Defesa do Consumidor também regula a publicidade de um modo geral. Entrementes, as restrições traçadas pela Lei 9294/96 deixam de fora a cerveja e o vinho, aquela como sendo a bebida mais consumida no país, haja vista que, para os efeitos legais, somente as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac são consideradas alcoólicas.

Entre as restrições previstas na lei 9294/96 e que não abrangem as bebidas alcoólicas inferiores a 13º graus GL, temos a do art. 4º (somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e seis horas) e a do seu §1º (a publicidade 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).

Muito embora a lei 9294/96 desconsidere, para fins de restrições ao uso nas mensagens publicitárias, a bebida alcoólica com teor inferior a 13º GL, as publicidades de cerveja vêm afrontando vários dispositivos da lei federal 8.078/90 (código de proteção e defesa do consumidor) e da Constituição da República.

Tomemos como exemplo a publicidade da Skol - aqui denominada "armando a barraca" -, onde dois jovens estão acampados tomando cerveja, ocasião em que duas moças pedem ajuda para armar a barraca. Os jovens se entreolham e respondem

afirmativamente. Tal publicidade foi veiculada durante os jogos da seleção brasileira e em vários horários ao longo do dia, sugerindo disfarçadamente em tom jocoso, que a bebida traz virilidade.

O mesmo podemos dizer da publicidade "experimenta" veiculada pela Schincariol, com verbo no imperativo, fora do alcance das restrições publicitárias da Lei Murad,, que a veda apenas em relação ao cigarro.

Como se sabe, o lobby dos anunciantes e emissoras de televisão junto aos legisladores brasileiros conseguiu afastar, aparentemente e de forma casuística, a incidência direta da lei 9294/96. Entrementes, olvidaram-se os lobistas que, a par dos preceitos constitucionais, o Código de Defesa do Consumidor proíbe, em seu art. 37, §2º, a publicidade que induz o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde.

Ora, não há sentido para se criar uma lei restritiva e específica sobre a publicidade de bebidas alcoólicas e deixar à margem do seu campo de incidência exatamente as cervejas, que são os grandes anunciantes da televisão. Em nome de um setor econômico específico, prejudica-se toda uma geração de crianças e jovens que vão crescendo nesse ambiente publicitário pulsante, agressivo e antiético, os quais vão internalizando a identidade masculina associada ao uso da bebida alcoólica e, a cada nova geração, transmitindo os padrões de beber e os contextos sociais em que a bebida é permitida.

Entre o uso e o abuso, as publicidades das cervejas vêm explorando exatamente as restrições previstas na lei 9294/96, contribuindo para o consumo inadequado deste produto, criando padrões de comportamento culturais e sociais em crianças e jovens que ainda estão em fase de desenvolvimento da personalidade. A par de tudo isso, vem à tona a deficiência de políticas públicas de controle dos problemas inerentes ao álcool.

Analisando-se novamente a publicidade da "Skol", em que não podemos deixar de associar o consumo do produto à sexualidade e, portanto, à saúde, a literatura científica ensina que o uso do álcool pode funcionar isto sim como um inibidor da atividade sexual. Nesse aspecto, poderia-se questionar, ainda, a publicidade sob o ponto de vista da enganosidade, em vista da locução "armar a barraca" dar a conotação de virilidade.

Discorrendo sobre levantamentos do uso de álcool no Brasil, ora realizados pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID), o médico patologista SEBASTIÃO MOREIRA JR, em estudo denominado "Regulação da Publicidade das bebidas alcoólicas", disponível no site do Senado Federal, registra que:

"Em um estudo domiciliar conduzido em 2001, foram pesquisadas as 107 cidades brasileiras com mais de 200 mil habitantes, totalizando 8589 entrevistados. Para a população masculina, o uso de álcool na vida foi de 77, 3% contra 60,6% para a feminina. Na faixa etária de 12 a 17 anos, esses percentuais foram de 52,2% e 44,7%, respectivamente, a despeito da proibição da venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos. Com relação à dependência, esse mesmo levantamento mostrou números mais preocupantes. Na faixa etária de 18 a 24 anos, 23, 7% dos homens e 7,4% das mulheres preenchiam os critérios para dependência alcoólica. Considerando todos os indivíduos acima de 12 anos de idade, os percentuais encontrados foram de 17,1% para homens e5,7% para mulheres (média de 11,2%).

E mais adiante adverte:

"O curioso é que em todos os levantamentos, a cerveja apareceu como a bebida mais consumida, sendo o seu consumo relatado por cerca de 70% dos estudantes que bebiam."

Os custos sociais atribuídos ao álcool, como lembra o citado patologista, são conhecidos de todos: saúde, desordem pública, acidentes, vandalismo, problemas financeiros, educacionais, familiares etc.

Em geral, a publicidade das cervejas vem enaltecendo muito mais o estilo de vida do consumidor ao invés da qualidade intrínseca do produto. Atende-se mais ao desejo do que à necessidade, e leva em conta menos o gosto e informação, induzindo comportamentos ao consumidor. Com uma criatividade que assusta, propõe que o estilo de vida mostrado (em geral saudável) pode ser atingido com o uso do produto anunciado.

Em verdade, nada adianta a proibição da venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos, se as publicidades podem ser veiculadas entre a programação destinada a esta faixa etária.

Com esse quadro social e comercial dantesco em que a publicidade de bebidas alcoólicas vem impondo abusivamente seus conceitos, vem à tona a necessidade de que a sociedade, através do Ministério Público, focalize o problema de modo a articular uma atuação convergida para combater essas más publicidades que são veiculadas pelos fabricantes de bebidas com teor alcoólico inferior a 13º GL, em especial a das cervejas, em nome da efetividade das normas constitucionais e consumeristas.

Em sede constitucional, a regulação da publicidade de bebidas alcoólicas vem prevista expressamente no art. 220, §4º, ao dispor:

"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".

A norma constitucional, a toda evidência, tem por objetivo a proteção à saúde humana, direito fundamental que autoriza a criação de limites à liberdade de expressão comercial (também protegida em sede constitucional, sem, contudo, o qualificativo da fundamentalidade). Com a tutela constitucional do direito fundamental à saúde através do dispositivo suso referido, pretendeu o constituinte desestimular o consumo abusivo das bebidas alcoólicas. Por conseguinte, o mesmo objetivo deve ser buscado pela legislação infraconstituiconal que o regula.

De fato, a Lei 9294/96 retrata estatuto específico 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".

Trata-se, pois, do estatuto que se dispõe a atender ao comando constitucional em referência.

Não obstante, ao disciplinar, no parágrafo único de seu art. 1º, que "consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus "Gay Lussac", o legislador infraconstitucional desviou-se do foco constitucional (proteção à saúde), criando exceção sem qualquer fundamento científico ou jurídico para a finalidade protetiva da norma, terminando por reduzir – de modo inconstitucional – a efetiva proteção a direito fundamental.

Tem o Estado, portanto, o dever de promover esse direito na forma da lei, atividade expressamente determinada pela Constituição da República para a sua realização. Impõe-se, por conseguinte, ao legislador ordinário, conectar-se a esse direito fundamental, de modo a particularizar efetivamente a proteção constitucional por meio de normas jurídicas consentâneas com a proteção do consumidor, enquanto DIREITO HUMANO FUNDAMENTAL.

Realçando a importância da vinculação do legislador infraconstitucional aos direitos fundamentais, com propriedade leciona INGO WOLFGANG SARLET (in "A Eficácia dos Direitos Fundamentais", 3º ed., Livraria do Advogado, 2003, p. 344),

"(...) esta vinculação, considerada com base numa dimensão filosófica e histórica, implica clara renúncia à crença positivista na onipotência do legislador estatal, significando, por outro lado (sob um ângulo dogmático-jurídico) a expressão jurídico-positiva da decisão tomada pelo Constituinte em favor da prevalência dos valores intangíveis contidos nas normas de direitos fundamentais em face do direito positivo. Valendo-nos aqui das expressivas palavras de Vieira de Andrade, há que reconhecer que "o poder legislativo (a potência legislativa) deixou de corresponder à idéia de um soberano que se autolimita, devedor apenas de uma veneração moral ou política a uma Constituição distante e juridicamente débil". Ressalte-se todavia, que a eficácia vinculante dos direitos fundamentais representa um plus relativamente à vinculação dos poderes públicos, inclusive do legislador, às normas constitucionais em geral, como bem expressa o princípio da constitucionalidade, que, neste sentido, apresenta uma dimensão reforçada quanto aos direitos fundamentais.

Neste contexto, cumpre referir a paradigmática e multicitada formulação de Kruger, no sentido de que hoje não há mais falar em direitos fundamentais na medida da lei, mas, sim, em leis apenas na medida dos direitos fundamentais (...) . De pronto, verifica-se que a vinculação aos direitos fundamentais significa para o legislador uma limitação material de sua liberdade de conformação no âmbito de sua atividade regulamentadora e concretizadora."

Por esse raciocínio, se a Lei 9294/96 se dispôs a regular o §4º do art. 220/CF, não poderia, jamais, sob pena de flagrante inconstitucionalidade material, restringir o alcance da proteção ao direito fundamental da saúde objetivado na Carta Magna. Portanto, a necessidade de obediência ou respeito aos direitos humanos fundamentais constitui alicerce indispensável à construção de um autêntico Estado de Direito Democrático, dignos que são de maior proteção constitucional por meio da sua inclusão no elenco das cláusulas pétreas (CF, art. 60, §4º).

Ademais, a expressão "bebida alcoólica" lançada no Texto Constitucional", por sua própria literalidade, não gera qualquer dúvida em termos de interpretação.

Neste ponto, observe-se que o Decreto 73267, de 6 de dezembro de 1973, já definia bebida como produto refrescante, aperitivo ou estimulante, destinado à ingestão humana no estado líquido e sem finalidade medicamentosa (parágrafo único, art. 1º). Esse mesmo diploma já consignava (art. 14, §2º) que "por bebida alcoólica entende-se a que contiver mais de 0,5º G.L. (meio grau Gay Lussac) de álcool etílico potável".

Não obstante, a lei 9294/96 já foi objeto de infeliz deliberação no STF no que diz respeito à definição de bebida alcoólica estabelecida na norma, através da ADIn 1755-5/DF, cuja ementa, da lavra do relator Ministro Nelson Jobim, referiu verbis:

"Constitucional. Lei Federal. Restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, etc. Impugnação do dispositivo que define o que é bebida alcoólica para os fins de propaganda. Alegada discriminação legal quanto às bebidas com teor alcoólico inferior à treze graus Gay Lussac. A subtração da norma do corpo da lei, implica em atuar este tribunal como legislador positivo, o que lhe e vedado. Matéria para ser dirimida no âmbito do Congresso Nacional. Precedentes. Ação não conhecida" (STF – Pleno – Adin nº 1755-5/DF – Rel. Min. Nelson Jobim, Diário da Justiça, Seção I, 8 de junho de 2001, p. 4).

É de se lamentar a decisão do Supremo, quando se sabe que ele próprio já reconstruiu até mesmo a reforma da previdência em vários pontos, acabando por "legislar", por assim dizer, fora do âmbito do Congresso, ou seja, permitindo-se a fazer exatamente (e muito mais, em se tratando de reforma da Constituição) o que o acórdão em comento não fez no âmbito de legislação ordinária.

Na verdade, sabe-se que a inconstitucional e odiosa exceção instituída pela Lei 9294/96 não tem qualquer base científica séria, sendo que o desvio de seu objetivo – da razão mesma de sua existência – é fruto tão-somente, repita-se, do lobby dos fabricantes e anunciantes de cervejas, vinhos e das agências publicitárias.

Tal absurdo, do ponto de vista da ratio legis, quanto à "blindagem" da cerveja e do vinho às regras protetivas ordenadas pela Constituição, seria se a lei que regula o art. 220, §4º, da CF, dispusesse algo como "considera-se tabaco fumígero, para os efeitos desta Lei, aqueles com teor de nicotina superior a 1,0 miligramas", ou "considera-se como medicamento, para efeitos desta Lei, aqueles que contenham substâncias corticóides.

Ponto finalizando neste tópico, constituindo-se o direito à saúde como um dos valores para o pleno desenvolvimento da personalidade humana, é inconstitucional o parágrafo único do art. 4º da Lei Murad.

Saindo deste ponto de interpretação constitucional, é de se perquirir se a publicidade de bebidas alcoólicas não abrangidas pela lei 9294/96 (teor de álcool inferior a 13º) poderão 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.

Com efeito, o CDC proíbe a publicidade abusiva, ao dispor no art. 37, §2º, da lei 8078/90:

"Art. 37 É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança".

No tipo legal em questão, não se verifica expressamente qualquer referência à bebida alcoólica como elemento da abusividade.

Respondendo à indagação acima formulada, a resposta, ao nosso entendimento, é negativa.

Como observamos em doutrina, a publicidade abusiva traz um conceito aberto, amplo, flexível e dinâmico. Daí porque o CDC pode perfeitamente acolher aquelas restrições prescritas pela lei 9294/96 quando violarem valores fundamentais ao ser humano. Portanto, ainda que a publicidade das cervejas não sofra a incidência direta da Lei Murad, se incorrer em alguma de suas restrições poderá ser controlada juridicamente pelo CDC sob o prisma da abusividade, haja vista que todas as hipóteses restritivas da lei 9294/96 guardam, de certo modo, correspondência com o comportamento saudável das pessoas.

Não defendemos, nesta tese, a proibição da comercialização das bebidas alcoólicas, até porque o próprio Código de Defesa do Consumidor a admite no núcleo da norma do art. 8º, ao dispor que os produtos colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição. Se assim não fosse, não haveria como se permitir, em outro exemplo, a venda de cigarros.

Com efeito, uma das formas que o Código de Defesa do Consumidor encontrou para controlar a fruição, foi impor certos parâmetros para as mensagens publicitárias, compatibilizando-a ao Texto Constitucional, em especial aos direitos fundamentais.

Portanto, o que buscamos e defendemos nesta tese é conter os abusos muito comuns neste tipo de publicidade, em nome de um marketing responsável e criativo, objetivando sempre e sempre o consumo adequado. Se a empresa tem de cumprir a sua função social (hoje fala-se muito em responsabilidade social das empresas), "não há dúvida que o marketing, como atividade tipicamente empresarial, também a possui, surgindo tal função social do marketing como um corolário lógico da função social da propriedade e da empresa, caracterizando-se, da mesma forma, como um princípio constitucional impositivo ...". (cf. FERNANDO GHERARDINI SANTOS, "Direito de Marketing", RT, 2000, p. 124).

Nesse contexto, a fixação de um patamar de teor alcoólico, como parâmetro para incidir as restrições ao conteúdo das mensagens publicitárias previstas na Lei Murad é irrelevante para caracterizar a abusividade da publicidade, a qual se verificará, isto sim, na indução ao consumo que violar direitos ou valores fundamentais. Em verdade, dependendo o quanto se ingere em cada espécie de bebida alcoólica, os efeitos à saúde serão os mesmos, já que o problema não está na graduação alcoólica, como frisado, até porque a grande quantidade de publicidade produzida pelos fabricantes de cervejas é inversamente proporcional às publicidades das demais bebidas alcoólicas com graduação maior.

Assim, deve-se limitar não o teor alcoólico para fins de aplicação da lei, mas o conteúdo e os horários de veiculação das publicidades de qualquer bebida alcoólica.

No que tange ainda à publicidade abusiva, em doutrina colhemos o princípio da ordem pública ou da legalidade. Nela não se leva em consideração o interesse econômico dos consumidores, mas o cumprimento de valores supremos da sociedade.

Bem a propósito são as lições doutrinárias de HELOÍSA CARPENA VIEIRA DE MELLO, in Prevenção de Riscos no Controle da Publicidade Abusiva (RDC, Vol. 35, Pág. 123):

"A informação, na publicidade abusiva, pode ser verdadeira, porém a mensagem desvirtua-se do seu propósito de comunicar e vem a ofender valores reputados fundamentais. O que está em questão aqui não é a veracidade ou a correção da informação, mas o aspecto cultural da publicidade, o impacto moral da mensagem.

Na cultura do consumo, a publicidade é tida por muitos como instrumentos de controle social, manipuladora de opiniões, indutora de comportamentos, tornando patente o alcance e o alto grau dos riscos envolvidos nas questões referentes a devidos no exercício da liberdade de comunicação."

A publicidade, fenômeno do consumo, forma de comunicação massificada, instrumento de persuasão e de formação do consentimento, passa a ser cada vez mais orientada por desejos do que por necessidades e se torna instrumento de controle social , reportada a valores e estilos de vida, reclamando assim uma disciplina voltada para a prevenção que, a um só tempo, se destine à proteção do mercado e do ambiente.

Na publicidade abusiva, diversamente da enganosa, o que está em questão não é a veracidade ou a correção da informação, mas o aspecto cultural da publicidade, o impacto moral da mensagem."

Em tal contexto doutrinário e legal, a influência da publicidade abusiva de bebidas alcoólicas em jovens, notadamente às associadas à saúde, sexualidade ou a idéias de maior êxito, afigura-se nociva à sociedade de consumo, principalmente se considerarmos que o uso de bebidas alcoólicas é tido como um desibinidor de relações interpessoais, um símbolo de masculinidade e um meio de escapar das tensões diárias, que pode levar a uma série de doenças (como o alcoolismo) e problemas sociais.

Ora, se o art. 37, §2º do Código de Defesa do Consumidor tutela valores fundamentais para o ser humano, entre eles está certamente o direito à saúde, à dignidade da pessoa humana, à educação, ao desenvolvimento da pessoa e seu preparo para o exercício da cidadania. A natureza jurídica das normas que protegem tais valores deve sair do plano da aplicabilidade e alcançarem o plano da efetividade social como forma de justificativa da existência do próprio Estado Democrático de Direito. Por certo que o direito à saúde (CF, art. 196) constitui a garantia dos demais direito. Sem este direito elementar os demais não podem aflorar e se efetivarem no plano da realidade jurídico-social.

Avulta cristalino, portanto, a vulnerabilidade do consumidor diante dessas publicidades abusivas em comerciais de cerveja, algumas das quais guardam perfeita correlação com as restrições às mensagens publicitárias previstas na lei 9294/96. Ressalte-se, nesse passo, que a vulnerabilidade reconhecida constitucionalmente (CF, art. 5º, XXXII) e densificada pelo legislador ordinário (Lei 8.078/90, art. 4º, I) é universal, constituindo-se como a espinha dorsal da proteção do consumidor, sendo a baliza mestra do sistema consumerista brasileiro o reconhecimento da subordinação do consumidor - pelo fornecedor - através do controle das necessidades de consumo.

Portanto, a atuação do poder legislativo, com a edição da lei federal n. 9294/96, a despeito de sua flagrante inconstitucionalidade, também não garante, de forma plena, a efetivação do direito fundamental da defesa do consumidor e do direito à saúde, porque as restrições ao conteúdo das mensagens publicitárias limitam-se apenas a bebidas com grau alcoólico superior a 13º GL, cuja divisão é meramente casuística, desarrazoada e não-científica em relação às diretrizes traçadas pelo Código de Defesa do Consumidor, indo de encontro ao princípio da não-abusividade da publicidade.

Os objetivos da proposição são muito claros e o clamor por essa providência encontra respaldo nos seminários estaduais realizados por esta Comissão.

Pelo exposto, entendemos que a proposta contribui para o aperfeiçoamento da legislação nacional pelo que contamos com o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de dezembro de 2011.

Deputado Reginaldo Lopes
Presidente

Deputado Givaldo Carimbão
Relator

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

III - ninguém será submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante;

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

VII - é assegurada, nos termos da lei, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

XIII - é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer;

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

XV - é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens;

XVI - todos podem reunir-se pacificamente, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, desde que não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido prévio aviso à autoridade competente;

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento;

XIX - as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado;

XX - ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado;

XXI - as entidades associativas, quando expressamente autorizadas, têm legitimidade para representar seus filiados judicial ou extrajudicialmente;

XXII - é garantido o direito de propriedade;

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

XXIV - a lei estabelecerá o procedimento para desapropriação por necessidade ou utilidade pública, ou por interesse social, mediante justa e prévia indenização em dinheiro, ressalvados os casos previstos nesta Constituição;

XXV - no caso de iminente perigo público, a autoridade competente poderá usar de propriedade particular, assegurada ao proprietário indenização ulterior, se houver dano;

XXVI - a pequena propriedade rural, assim definida em lei, desde que trabalhada pela família, não será objeto de penhora para pagamento de débitos decorrentes de sua atividade produtiva, dispondo a lei sobre os meios de financiar o seu desenvolvimento;

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

XXX - é garantido o direito de herança;

XXXI - a sucessão de bens de estrangeiros situados no País será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, sempre que não lhes seja mais favorável a lei pessoal do *de cujus* ;

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos poderes públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder;

b) a obtenção de certidões em repartições públicas, para defesa de direitos e esclarecimento de situações de interesse pessoal;

XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;

XXXVI - a lei não prejudicará o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada;

XXXVII - não haverá juízo ou tribunal de exceção;

XXXVIII - é reconhecida a instituição do júri, com a organização que lhe der a lei, assegurados:

a) a plenitude de defesa;

b) o sigilo das votações;

c) a soberania dos veredictos;

d) a competência para o julgamento dos crimes dolosos contra a vida;

XXXIX - não há crime sem lei anterior que o defina, nem pena sem prévia cominação legal;

XL - a lei penal não retroagirá, salvo para beneficiar o réu;

XLI - a lei punirá qualquer discriminação atentatória dos direitos e liberdades fundamentais;

XLII - a prática do racismo constitui crime inafiançável e imprescritível, sujeito à pena de reclusão, nos termos da lei;

XLIII - a lei considerará crimes inafiançáveis e insuscetíveis de graça ou anistia a prática da tortura, o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o terrorismo e os definidos

como crimes hediondos, por eles respondendo os mandantes, os executores e os que, podendo evitá-los, se omitirem;

XLIV - constitui crime inafiançável e imprescritível a ação de grupos armados, civis ou militares, contra a ordem constitucional e o Estado democrático;

XLV - nenhuma pena passará da pessoa do condenado, podendo a obrigação de reparar o dano e a decretação do perdimento de bens ser, nos termos da lei, estendidas aos sucessores e contra eles executadas, até o limite do valor do patrimônio transferido;

XLVI - a lei regulará a individualização da pena e adotará, entre outras, as seguintes:

a) privação ou restrição da liberdade;

b) perda de bens;

c) multa;

d) prestação social alternativa;

e) suspensão ou interdição de direitos;

XLVII - não haverá penas:

a) de morte, salvo em caso de guerra declarada, nos termos do art. 84, XIX;

b) de caráter perpétuo;

c) de trabalhos forçados;

d) de banimento;

e) cruéis;

XLVIII - a pena será cumprida em estabelecimentos distintos, de acordo com a natureza do delito, a idade e o sexo do apenado;

XLIX - é assegurado aos presos o respeito à integridade física e moral;

L - às presidiárias serão asseguradas condições para que possam permanecer com seus filhos durante o período de amamentação;

LI - nenhum brasileiro será extraditado, salvo o naturalizado, em caso de crime comum, praticado antes da naturalização, ou de comprovado envolvimento em tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, na forma da lei;

LII - não será concedida extradição de estrangeiro por crime político ou de opinião;

LIII - ninguém será processado nem sentenciado senão pela autoridade competente;

LIV - ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal;

LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

LVI - são inadmissíveis, no processo, as provas obtidas por meios ilícitos;

LVII - ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória;

LVIII - o civilmente identificado não será submetido a identificação criminal, salvo nas hipóteses previstas em lei;

LIX - será admitida ação privada nos crimes de ação pública, se esta não for intentada no prazo legal;

LX - a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social o exigirem;

LXI - ninguém será preso senão em flagrante delito ou por ordem escrita e fundamentada de autoridade judiciária competente, salvo nos casos de transgressão militar ou crime propriamente militar, definidos em lei;

LXII - a prisão de qualquer pessoa e o local onde se encontre serão comunicados imediatamente ao juiz competente e à família do preso ou à pessoa por ele indicada;

LXIII - o preso será informado de seus direitos, entre os quais o de permanecer calado, sendo-lhe assegurada a assistência da família e de advogado;

LXIV - o preso tem direito à identificação dos responsáveis por sua prisão ou por seu interrogatório policial;

LXV - a prisão ilegal será imediatamente relaxada pela autoridade judiciária;

LXVI - ninguém será levado à prisão ou nela mantido quando a lei admitir a liberdade provisória, com ou sem fiança;

LXVII - não haverá prisão civil por dívida, salvo a do responsável pelo inadimplemento voluntário e inescusável de obrigação alimentícia e a do depositário infiel;

LXVIII - conceder-se-á *habeas corpus* sempre que alguém sofrer ou se achar ameaçado de sofrer violência ou coação em sua liberdade de locomoção, por ilegalidade ou abuso de poder;

LXIX - conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por *habeas corpus* ou *habeas data* , quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do poder público;

LXX - o mandado de segurança coletivo pode ser impetrado por:

a) partido político com representação no Congresso Nacional;

b) organização sindical, entidade de classe ou associação legalmente constituída e em funcionamento há pelo menos um ano, em defesa dos interesses de seus membros ou associados;

LXXI - conceder-se-á mandado de injunção sempre que a falta de norma regulamentadora torne inviável o exercício dos direitos e liberdades constitucionais e das prerrogativas inerentes à nacionalidade, à soberania e à cidadania;

LXXII - conceder-se-á *habeas data* :

a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público;

b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo;

LXXIII - qualquer cidadão é parte legítima para propor ação popular que vise a anular ato lesivo ao patrimônio público ou de entidade de que o Estado participe, à moralidade administrativa, ao meio ambiente e ao patrimônio histórico e cultural, ficando o autor, salvo comprovada má-fé, isento de custas judiciais e do ônus da sucumbência;

LXXIV - o Estado prestará assistência jurídica integral e gratuita aos que comprovarem insuficiência de recursos;

LXXV - o Estado indenizará o condenado por erro judiciário, assim como o que ficar preso além do tempo fixado na sentença;

LXXVI - são gratuitos para os reconhecidamente pobres, na forma da lei:

a) o registro civil de nascimento;

b) a certidão de óbito;

LXXVII - são gratuitas as ações de *habeas corpus* e *habeas data* , e, na forma da lei, os atos necessários ao exercício da cidadania.

LXXVIII - a todos, no âmbito judicial e administrativo, são assegurados a razoável duração do processo e os meios que garantam a celeridade de sua tramitação. *(Inciso acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004)*

§ 1º As normas definidoras dos direitos e garantias fundamentais têm aplicação imediata.

§ 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

§ 3º Os tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais. *(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004)*

§ 4º O Brasil se submete à jurisdição de Tribunal Penal Internacional a cuja criação tenha manifestado adesão. *(Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004)*

CAPÍTULO II
DOS DIREITOS SOCIAIS

Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. *(Artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 26, de 2000)* e *(Artigo com nova redação dada pela Emenda Constitucional nº 64, de 2010)*

.....

TÍTULO IV
DA ORGANIZAÇÃO DOS PODERES

CAPÍTULO I
DO PODER LEGISLATIVO

.....

Seção VIII
Do Processo Legislativo

.....

Subseção II
Da Emenda à Constituição

Art. 60. A Constituição poderá ser emendada mediante proposta:

I - de um terço, no mínimo, dos membros da Câmara dos Deputados ou do Senado Federal;

II - do Presidente da República;

III - de mais da metade das Assembléias Legislativas das unidades da Federação, manifestando-se, cada uma delas, pela maioria relativa de seus membros.

§ 1º A Constituição não poderá ser emendada na vigência de intervenção federal, de estado de defesa ou de estado de sítio.

§ 2º A proposta será discutida e votada em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, considerando-se aprovada se obtiver, em ambos, três quintos dos votos dos respectivos membros.

§ 3º A emenda à Constituição será promulgada pelas Mesas da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, com o respectivo número de ordem.

§ 4º Não será objeto de deliberação a proposta de emenda tendente a abolir:

I - a forma federativa de Estado;

II - o voto direto, secreto, universal e periódico;

III - a separação dos Poderes;

IV - os direitos e garantias individuais.

§ 5º A matéria constante de proposta de emenda rejeitada ou havida por prejudicada não pode ser objeto de nova proposta na mesma sessão legislativa.

Subseção III
Das Leis

Art. 61. A iniciativa das leis complementares e ordinárias cabe a qualquer membro ou comissão da Câmara dos Deputados, do Senado Federal ou do Congresso Nacional, ao Presidente da República, ao Supremo Tribunal Federal, aos Tribunais Superiores, ao Procurador-Geral da República e aos cidadãos, na forma e nos casos previstos nesta Constituição.

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO II
DA SEGURIDADE SOCIAL

.....

Seção II
Da Saúde

Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

Art. 197. São de relevância pública as ações e serviços de saúde, cabendo ao poder público dispor, nos termos da lei, sobre sua regulamentação, fiscalização e controle, devendo sua execução ser feita diretamente ou através de terceiros e, também, por pessoa física ou jurídica de direito privado.

.....

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:

.....
.....

LEI Nº 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 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 de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

.....

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)*

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO II
DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)*

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

.....

CAPÍTULO IV
DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS

Seção I
Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção III
Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

.....
.....

DECRETO Nº 73.267, DE 6 DE DEZEMBRO DE 1973

Regulamenta a Lei nº 5.823, de 14 de novembro de 1972.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o artigo 81, item III, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 5.823, de 14 de novembro de 1972,

DECRETA:

TÍTULO I
Disposições Gerais

Art. 1º. O registro, a classificação a padronização, o controle, a inspeção e a fiscalização de bebidas, sob os aspecto sanitários e tecnológicos, serão feitos observadas as normas e prescrições estabelecidas neste Decreto.

Parágrafo único. Para os efeitos deste Decreto, bebida é o produto refrescante, aperitivo ou estimulante, destinado à ingestão humana no estado líquido e sem finalidade medicamentosa, observadas a classificação e a padronização prevista no Capítulo IV.

Art. 2º. Ao Ministério da Agricultura compete:

.....

CAPÍTULO IV
Classificação e Padronização de Bebidas

Art. 14. As bebidas serão classificadas em:

I - não alcoólicas:

a) fermentadas;

b) não fermentadas.

II - alcoólicas:

a) fermentadas;

b) por mistura;

c) fermento-destinadas.

§ 1º Por bebidas não alcoólicas entende-se a que contiver até 0,5º G.L. (meio grau Gay Lussac) de álcool etílico potável, compreendendo; água gaseificada, soda, refrigerante refresco, suco vegetal, xarope e preparado sólido ou líquido para refresco e refrigerante.

§ 2º Por bebida alcoólica entende-se a que contiver mais de 0,5º G.L. (meio grau Gay Lussac) de álcool etílico potável, compreendendo:

I - fermentada: Cerveja; vinho; jeropiga; vinho de frutas; outros fermentados.

II - por mistura: Licor, amargo e aperitivo; aguardente composta; bebidas mistas.

III - fermento-destilada:

a) destilada: aguardente de cana ou caninha; aguardente de melaço ou cachaça; rum; uísque; arac; conhaque; graspa ou bagaceiras; pisco; aguardente de frutas; tequila; tiquira.

b) destilada retificada: vodca; genebra; gin; steinhaeger; aquavit.

§ 3º Álcool etílico potável será o produto com graduação alcoólica mínima de 80º G.L. (oitenta graus Gay Lussac), obtido por destilo-retificação de mosto fermentado ou de destilado alcoólico simples.

§ 4º A soma e correlação dos componentes voláteis não álcool do álcool etílico potável serão estabelecidos em ato administrativo.

§ 5º O álcool etílico potável receberá o nome da matéria-prima de sua origem e não deverá conte aditivo em desacordo com a legislação específica.

§ 6º Ressalvado o licor, a bebida alcoólica não poderá ser artificial.

§ 7º Outras bebidas não previstas neste Regulamento poderão ser disciplinadas pelo órgão competente, observadas as disposições concernentes à sua classificação e atendidas as características peculiares ao produto.

§ 8º As disposições deste Regulamento aplicam-se ao vinagre.

Art. 15. As bebidas obedecerão aos padrões de identidade e qualidade estabelecidos neste Regulamento, complementados por atos administrativos do Ministério da Agricultura, quando for o caso.

.....
.....

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE - Nº 1755

ORIGEM:
DISTRITO FEDERAL

RELATOR:
MINISTRO NELSON JOBIM

PARTES: Requerente: PARTIDO LIBERAL - PL(CF 103, VIII) Requerido: PRESIDENTE DA REPÚBLICA
CONGRESSO NACIONAL

INTERESSADO:

DISPOSITIVO LEGAL QUESTIONADO: Parágrafo único do artigo 001º da Lei Federal nº 9294, 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 § 004º do art. 220 da Constituição Federal. Art. 001º - 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 parágrafo 004º, do art. 220 da Constituição Federal. Parágrafo único - Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

FUNDAMENTAÇÃO CONSTITUCIONAL:- Art. 220, § 003º, 0II, § 004º, 0II

DECISÃO:

RESULTADO DA LIMINAR:
Prejudicada

DECISÃO DA LIMINAR:

DATA DE JULGAMENTO DA LIMINAR:

DATA DE PUBLICAÇÃO DA LIMINAR:

RESULTADO DO MÉRITO:
Não Conhecido

DECISÃO DO MÉRITO: O Tribunal, por maioria, não conheceu da ação direta, vencidos os Srs. Ministros Marco Aurélio, Néri da Silveira e Carlos Velloso.
Ausentes, justificadamente, os Srs. Ministros Celso de Mello, Presidente, e Sydney Sanches, e, neste julgamento, o Sr. Ministro Octavio Gallotti. Presidiu o julgamento o Sr. Ministro Carlos Velloso, Vice-Presidente. - Plenário, 15.10.1998.- Acórdão, DJ 18.05.2001.

DATA DE JULGAMENTO DO MÉRITO:
Plenário

DATA DE PUBLICAÇÃO DO MÉRITO:
Acórdão, DJ 18.05.2001.

PROJETO DE LEI N.º 3.104, DE 2012

(Do Sr. Roberto de Lucena)

Modifica a Lei nº 8.069 de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente) vedando a fabricação e comercialização de produtos destinados à crianças e adolescentes que façam apologia a bebida alcoólica ou induzam ao seu consumo.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6411/2009.

O Congresso Nacional Decreta

Art. 1º Modifica-se o inciso II do Artigo 80 da Lei 8.069 de 1990 que passa a ter a seguinte redação:

"Art. 80 .....
I - .....
II – bebidas alcoólicas e produtos que induzam ao seu consumo ou que a elas façam apologia."

Art. 2 Acrescente-se Parágrafo Único ao Artigo 243 da Lei 8.069 de 1990:

"Art. 243 .....

Parágrafo Único – Incorre na mesma pena quem vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente produtos que façam apologia a bebida alcoólica ou que induzam o seu consumo"

J U S T I F I C A Ç Ã O

Em que pese posicionamento claro da sociedade no combate, cada vez mais acentuado, do consumo de bebidas alcoólicas por jovens e adolescentes, à vista dos males que o consumo provoca nesta fase etária, podendo levar a uma precoce dependência, percebemos que cada vez mais crianças são seduzidas a apreciarem o consumo de bebidas alcoólicas.

É muito fácil encontrar em lojas especializadas e até mesmo em supermercados bebidas gaseificadas sem álcool que reproduz o formato de bebidas alcoólicas, em especial de espumantes tradicionais – inclusive com rolhas.

No ano de 2012 as prateleiras de supermercados de todo o país foram tomadas por lindas embalagens de espumantes destinadas às crianças com o uso de figuras infantis a exemplo dos personagens da Disney, como princesas, fadas e super-heróis.

A euforia e o furor causado nas crianças e a busca pelo produto chamaram a atenção de pais e autoridades o que levou a Defensoria Pública do Estado de São Paulo enviar uma recomendação a fabricante para que retirasse o produto do mercado.

O fato foi considerado por especialistas uma indução ao consumo de bebidas alcoólicas e uma publicidade abusiva, pois ao incentivar o consumo de produtos próximos da realidade adulta cria-se uma necessidade que a criança não tem.

Ao se referir ao fato o ilustre Desembargador da Infância e da Juventude do Tribunal de Justiça de São Paulo, Dr. Antonio Carlos Malheiros, afirmou: " *Não deixa de ser uma indução. A criança está bebendo a mesma coisa que os pais e se vê tão poderosa quanto eles*".

A presente proposta visa inibir a indução do consumo de bebidas por crianças e adolescentes e combater a apologia a este consumo, como já aconteceu no Brasil com os cigarros de chocolate, retirados do mercado há anos pela mesma conclusão, o estímulo indevido ao consumo.

Assim solicito de Nobres Pares apoio a presente proposta legislativa que tem como objetivo proteger as crianças e adolescentes.

Sala das Sessões, 2 de fevereiro de 2012.

Deputado Roberto de Lucena

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

Seção I
Da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....

Art. 80. Os responsáveis por estabelecimentos que explorem comercialmente bilhar, sinuca ou congênere ou por casas de jogos, assim entendidas as que realizem apostas, ainda que eventualmente, cuidarão para que não seja permitida a entrada e a permanência de crianças e adolescentes no local, afixando aviso para orientação do público.

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 3.308, DE 2012

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Dá nova redação ao parágrafo único do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos famígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1788/2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, inclusive a utilização de

sabores artificiais ou quaisquer expedientes que estimulem o consumo, e, ainda, a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, com exceção da 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, acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo."

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

JUSTIFICAÇÃO

A luta contra o tabagismo tem alcançado relevantes avanços nos últimos anos em todo o território nacional. Uma das grandes conquistas foi a aprovação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que estabeleceu importantes restrições ao uso não apenas do tabaco, mas também para o consumo de bebidas alcoólicas.

À época de sua aprovação, constituiu-se num importante passo no combate a um dos males maiores à saúde de toda a humanidade, o tabagismo. Todavia, o tempo mostrou que eram insuficientes as regras até então adotadas, e muitas alterações foram aprovadas, aperfeiçoando esta Lei que disciplina o uso e a propaganda dos produtos fumígeros.

Recentemente, com a aprovação Lei nº 12.546, de 14 de dezembro, de 2011, houve significativos avanços no combate ao tabagismo. Primeiro pela proibição total de uso em recintos fechados. Medida que acabou com os famosos fumódromos, conforme disposto na nova redação do Art. 2º da Lei 9.294/96.

Segundo, pela proibição da propaganda comercial de qualquer produto fumígero. Trata-se de uma medida altamente relevante, todavia a vitória dos que lutam contra o tabagismo só não foi maior, porque foi aberta exceção a esta vedação, permitindo a exposição de tais produtos nos locais de venda.

Desconsideraram-se, na oportunidade, os sérios riscos, especialmente para crianças e jovens, da influência da exposição de cigarros e afins junto de doces, balas, chicletes e outras guloseimas ou, ainda,

próxima a qualquer produto que vincule consumo de cigarro com algo que seja prazeroso.

Esta constatação está sustentada em pesquisas, sendo que uma delas - encomendada pela Aliança de Controle do Tabagismo - ACTbr - investigou a percepção dos jovens sobre a publicidade nos pontos de venda. Destacamos algumas de suas conclusões:

- a maioria dos estabelecimentos de São Paulo que comercializa cigarros possui, num raio de até um quilômetro, alguma escola de nível fundamental ou médio próxima, e mais de um terço tem faculdade nas proximidades;

- em 84% dos estabelecimentos, os cigarros são visíveis para as crianças;

- em 83% dos estabelecimentos, os cigarros ficam próximos de balas, chocolates ou doces;

- 74% dos entrevistados acham que a exposição aos cigarros influencia a iniciação de crianças e adolescentes ao tabagismo.

- 71% de jovens entre 12 e 14 anos acham que pessoas de sua idade podem sentir vontade de fumar ao ver os cigarros expostos em locais de venda; entre os que têm de 15 a 17 anos este percentual é de 68%; e

- 40% dos representantes dos estabelecimentos admitem receber algum incentivo dos fabricantes para a venda dos cigarros.

Estes aspectos são relevantes, especialmente quando se sabe que a grande estratégia da indústria tabagista é a de alcançar os mais jovens.

Em todo esse processo, pode se afirmar que todas as análises apontam que as medidas até o momento adotadas contribuíram para a redução do uso. O consumo oficial aparente de cigarros per capita reduziu em 65% entre 1980 e 2010. Segundo estudo do Inca, a tendência de queda iniciou-se no final da década de 90. Em 2010, o Brasil registrou o menor consumo de cigarros per capita (682 unidades) de todo o período.

É certo, portanto, que o número de fumantes entre os adultos vem caindo nas últimas décadas. Por outro lado, mudanças de estratégias da indústria do fumo, como as acima referidas e a do lançamento de cigarros com sabor de menta e chocolate, contribuíram para atrair o público jovem.

A Organização Mundial da Saúde adverte que esses aditivos aromatizados aumentam o potencial tóxico do cigarro. As substâncias já são proibidas nos Estados Unidos e no Canadá. Essa medida está prevista na Convenção para o Controle do Tabaco, um compromisso assinado por 173 países, dentre eles o Brasil.

Tudo indica, portanto, que, se pretendemos continuar tendo sucesso na luta contra o tabaco e seus inúmeros males, devemos aperfeiçoar ainda mais as normas legais que disciplinam a material.

Essas foram as principais razões que nos levaram a apresentar esta Proposição, que impede o estimulo ao consumo e impõe mais restrições à propaganda de produtos fumígeros, inclusive nos locais onde são comercializados, visto que são frequentados não apenas por fumantes.

Cabe lembrar que o Estado de São Paulo aprovou recentemente projeto de lei semelhante ao nosso. Todavia, a proposição sofreu veto do Governador, sob o argumento de que seria inconstitucional, por se tratar de tema de competência privativa da União, cuja matéria já teria sido regulada pela Lei Federal 9.294/1996.

Nas cidades de São José dos Campos (SP) e Cornélio Procópio (PR), projetos semelhantes foram aprovados e tornaram-se leis. Contudo, em ambos os casos, as leis estão suspensas por liminares judiciais cujos fundamentos se assemelham aos do veto do governador paulista.

Essa situação conflituosa, que pode se prolongar por anos, reforça a necessidade de que aprovemos uma lei federal, que discipline a matéria para todo o território nacional. Há que se frisar que entendemos que as regras proibitivas não devem ser um único instrumento na luta contra o tabagismo. É fundamental que as autoridades sanitárias persistam com campanhas educativas e estimuladoras de mudança de hábitos e exerça em sua plenitude o seu papel fiscalizador.

Pelo exposto e pela relevância da matéria, conclamamos os ilustres pares a apoiar este Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 29 de fevereiro de 2012

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB

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 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. 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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. 3ºC, 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)*

.....

.....

LEI Nº 12.546, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2011

Institui o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra); dispõe sobre a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) à indústria automotiva; altera a incidência das contribuições previdenciárias devidas pelas empresas que menciona; altera as Leis nº 11.774, de 17 de setembro de 2008, nº 11.033, de 21 de dezembro de 2004, nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, nº 10.865, de 30 de abril de 2004, nº 11.508, de 20 de julho de 2007, nº 7.291, de 19 de dezembro de 1984, nº 11.491, de 20 de junho de 2007, nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, e nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e a Medida Provisória nº 2.199-14, de 24 de agosto de 2001; revoga o art. 1º da Lei nº 11.529, de 22 de outubro de 2007, e o art. 6º do Decreto-Lei nº 1.593, de 21 de dezembro de 1977, nos termos que especifica; e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º É instituído o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra), com o objetivo de reintegrar valores referentes a custos tributários federais residuais existentes nas suas cadeias de produção.

Art. 2º No âmbito do Reintegra, a pessoa jurídica produtora que efetue exportação de bens manufaturados no País poderá apurar valor para fins de ressarcir parcial ou integralmente o resíduo tributário federal existente na sua cadeia de produção.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.329, DE 2012

(Do Sr. Roberto Britto)

Dispõe sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco e fumígeros em geral.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-290/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a restrição da venda de produtos derivados do tabaco e demais fumígeros, por parte dos estabelecimentos comerciais em geral.

Art. 2º É vedada a venda de produtos derivados do tabaco e de fumígeros aos estabelecimentos comerciais cuja atividade econômica não seja exclusivamente destinada a sua comercialização.

Parágrafo único. Considera-se regularmente habilitada à comercialização dos produtos de que trata este artigo o estabelecimento que contar, em seu Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica junto à Secretaria da Receita Federal, com código de descrição de atividade econômica específica para o respectivo comércio.

Art. 3º Os estabelecimentos que comercializarem os produtos de que trata esta Lei não poderão afixar propagandas nas suas vitrines externas, sendo permitido apenas conter informações da característica comercial do estabelecimento e o seu nome de fantasia.

Art. 4º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator à interdição do estabelecimento.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Apesar das inúmeras campanhas governamentais contra o tabagismo, o consumo de cigarros continua aumentando, especialmente perante os jovens e adolescentes, mercê da livre comercialização que extrapola o âmbito das tabacarias especializadas.

De acordo com dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o tabagismo é considerado uma pandemia que se alastra desenfreadamente, já atingindo um terço da população adulta do mundo.

Sendo assim, somente a restrição da livre comercialização hoje verificada pode reverter esse quadro alarmante, que anualmente leva a óbito em decorrência de mais de 50 doenças diferentes.

Com a presente proposição, restringindo a venda a tabacarias especializadas sem os alardes de propaganda expostas em vias públicas, será possível diminuir o fácil acesso existente, já que hoje os cigarros são livremente vendidos em padarias, bares, restaurantes, supermercados, dentre outros estabelecimentos congêneres.

Por todo o exposto, portanto, conclamamos os nobres pares à aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 05 de março de 2012.

Deputado **ROBERTO BRITTO**

PP/BA

PROJETO DE LEI N.º 3.434, DE 2012

(Do Sr. Arnaldo Jordy)

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", alterando o conceito de bebida alcoólica e os horários para a veiculação publicitária.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 1007/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - O artigo 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

".Art.1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a meio grau Gay Lussac."

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

"Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre zero hora e seis horas.
.....
....."

Art. 4º - Esta lei entra em vigor 90 dias após a sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O atual texto da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 é extremamente permissivo em relação à caracterização dos produtos reconhecidos como bebida alcoólica e também em sobre os horários de veiculação de publicidade nas emissoras de rádio e televisão.

A caracterização de bebida alcoólica como bebida de teor alcoólico superior a 13 graus Gay Lussac implica na ausência de restrição a publicidade de diversas bebidas. Exemplificando, nesse critério a cerveja não é considerada bebida alcoólica. Dessa forma o disposto contrasta com a determinação do Estatuto da Criança e do Adolescente LEI 8069 de 1990 que veda a venda de bebida alcoólica às crianças. Contrasta também com o bom senso não considerar a cerveja como bebida alcoólica.

Outra questão importante é a o horário de veiculação da publicidade. A nosso ver o limite atual imposto às bebidas alcoólicas permitindo a publicidade entre 21h. e 6h. é muito elástico não atingindo o objetivo de impedir a exposição de crianças e adolescentes a essas peças publicitárias. Assim sendo ampliamos a restrição permitindo esse tipo de propaganda apenas entre 0h (zero horas) e 6h.

Por fim propomos um prazo de 90 dias após a publicação a fim de permitir às empresas a adequação de suas grades publicitárias.

Sala das sessões, 14 de março de 2012.

Dep. Arnaldo Jordy
(PPS/PA)

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 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 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)*

.....

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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.560, DE 2012

(Do Sr. Dr. Rosinha)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições à participação de atletas e artistas em propagandas de bebidas alcoólicas, cervejas e assemelhados.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-590/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições à participação de atletas e artistas em propagandas de bebidas alcoólicas, cervejas e assemelhados.

Art. 2º Acrescente-se o art. 4º-B à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

"Art. 4º-B. Os atletas, artistas, personalidades públicas e membros de comissões técnicas estão proibidos de atuar ou ter sua imagem associada em propaganda de bebidas alcoólicas, cervejas e assemelhados.

Parágrafo único. A proibição de que trata o caput também se aplica a artistas e personalidades que tenham conquistado ou ampliado notoriedade pública em função da associação da sua imagem com símbolos nacionais, e membros de comissões técnicas de equipes que representem o Brasil em qualquer modalidade esportiva."

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

De acordo com relatório divulgado pela Organização Mundial da Saúde em fevereiro de 2011, quase 4% das mortes no mundo são atribuídas ao álcool, superando o número de óbitos causados por doenças como a tuberculose e a AIDS. Na faixa etária entre 25 e 39 anos, esse índice é ainda mais alarmante, atingindo 9% das mortes, num total de 320 mil vítimas anuais.

O estudo aponta ainda que o álcool, além de prejudicar aqueles que o consomem, também tem efeitos perversos sobre a vida de terceiros, desde familiares mais próximos até pessoas desconhecidas, vítimas de acidentes de trânsito e comportamentos violentos potencializados pela bebida. O consumo excessivo do álcool também é responsável por número considerável de acidentes domésticos e negligência infantil, além de constituir-se em uma das principais causas para ausências no trabalho. Por isso, periodicamente a OMS vem a público se pronunciar sobre a necessidade da adoção de medidas pelos governos no sentido de regular a venda de bebidas alcoólicas, sobretudo para a população jovem.

Diante desse cenário, torna-se inevitável a discussão sobre a influência da publicidade no crescimento das taxas de consumo de álcool entre o público jovem. Contando com a inegável capacidade criativa das agências publicitárias nacionais e a suscetibilidade natural dessa faixa da população aos encantos despertados pela propaganda, a indústria tem se aproveitado da permissividade da legislação brasileira para patrocinar campanhas que visam associar beleza, vigor físico, juventude e sucesso ao consumo do álcool.

Não raro, observamos a veiculação de anúncios nos meios de comunicação tentando induzir o imaginário da população a vincular bem estar à ingestão de bebidas alcoólicas. Essa prática é especialmente nociva quando a imagem associada à publicidade é a de personalidades que se utilizam do esporte ou de símbolos nacionais para conquistar notoriedade pública. O exemplo mais

emblemático dessa situação é a recente propaganda da marca de uma cervejaria que é estrelada por ninguém menos do que o técnico da seleção brasileira de futebol, Mano Menezes. Além de ser enganosa – pois o consumo imoderado do álcool em nada agrega ao bom desempenho profissional –, a propaganda é um desserviço ao País, pois se utiliza do prestígio do cargo de comandante de uma equipe que é considerada paixão nacional para estimular o vício da bebida entre nossos cidadãos.

Em nossa proposta, também estendemos a restrição a todos aqueles que tenham adquirido visibilidade popular em função da associação da sua imagem com símbolos nacionais, como atletas e membros de comissões técnicas de equipes que representem o Brasil em qualquer modalidade esportiva.

Na sociedade contemporânea, em que a profusão de mensagens veiculadas na mídia nem sempre evidencia as reais virtudes do ser humano, é imprescindível que nossos principais formadores de opinião, como os ídolos do esporte e artistas de renome, reafirmem a responsabilidade ética de contribuir para o enaltecimento dos hábitos saudáveis, e não para fazer a apologia de valores que nada acrescentam ao caráter de nossos jovens.

Há também que se levar em conta os altíssimos custos causados pelo consumo de álcool para a economia do País, sejam eles na forma de reabilitação de vítimas de acidentes de trânsito, faltas ao trabalho ou tratamento de doenças motivadas pelo alcoolismo.

Considerando, pois, a importância das medidas propostas para conter o impetuoso avanço do alcoolismo em nossa população, esperamos contar com o necessário apoio dos nobres Pares para a aprovação do presente Projeto.

Sala das Sessões, em 28 de março de 2012.

Deputado **DR. ROSINHA**

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 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.563, DE 2012

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Acrescenta o art. 6º-A à Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, para proibir o consumo de bebidas alcoólicas no interior de veículos públicos ou privados de transporte coletivo de passageiros.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-964/1999.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta o artigo 6º-A à Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, para proibir o consumo de bebidas alcoólicas no

interior de veículos públicos ou privados de transporte coletivo de passageiros.

Art. 2º A Lei nº 11.705, de 2008, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 6º-A:

"Art. 6º-A. É proibido o consumo de bebidas alcoólicas no interior de veículos públicos ou privados de transporte coletivo de passageiros.

§ 1º Na parte interna dos veículos referidos no *caput* será afixada advertência escrita, de forma legível e ostensiva, de que é proibido o consumo de bebidas alcoólicas em seu interior.

§ 2º O condutor do veículo de transporte coletivo de passageiros deverá advertir todo transgressor da ilegalidade de seu ato e, havendo persistência na conduta coibida, deverá retirá-lo imediatamente do veículo, até com o auxílio de força policial, se necessário for.

§ 3º Em sendo omisso no cumprimento deste artigo, o condutor do veículo deverá pagar multa de R$ 900,00 (novecentos reais), sem prejuízo das sanções previstas no Código de Trânsito Brasileiro."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A razão de apresentarmos este projeto de lei baseia-se em nossa crença de que o consumo de bebidas alcoólicas por passageiros no interior de veículos de transporte coletivo é uma prática que pode desencadear acidentes de trânsito de toda natureza, uma vez que o ambiente tumultuado decorrente dessa liberalidade interfere, sem dúvida, na concentração do motorista.

Todos sabemos que o consumo de bebida alcoólica provoca distintas reações no ser humano, notadamente a perda do controle e da censura, e o aumento da agressividade, o que faz gerar o desentendimento e a violência. No interior de um veículo de transporte coletivo, temos a obrigação de impedir que esses tumultos ocorram, em prol da segurança do trânsito.

Além disso, o prestador do serviço de transporte tem de zelar pela integridade física e conforto de seus passageiros, especialmente crianças e idosos, que certamente se sentirão incomodados com alterações de comportamento de passageiros afetados pela bebida, no interior do veículo.

Considerando que esse costume de se beber em transportes coletivos, principalmente nos fins de semana, é uma prática comum em nosso País, para evitar os problemas ou tragédias possíveis que disso podem resultar, o consumo de bebidas alcoólicas no interior de veículos de transporte coletivo de passageiros precisa, a nosso ver, ser proibido por lei.

Pela importância de nossa iniciativa para a segurança dos condutores e passageiros no trânsito, esperamos que seja aprovada pelos ilustres Parlamentares.

Sala das Sessões, em 28 de março de 2012.

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e 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 inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

Art. 6º Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis que contenham álcool em sua composição, com grau de concentração igual ou superior a meio grau Gay-Lussac.

Art. 7º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 4º-A:

> "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."

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 9º Fica revogado o inciso V do parágrafo único do art. 302 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997.

Brasília, 16 de junho de 2008; 187º da Independência e 120º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Tarso Genro
Alfredo Nascimento
Fernando Haddad
José Gomes Temporão
Marcio Fortes de Almeida
Jorge Armando Felix

PROJETO DE LEI N.º 3.581, DE 2012

(Do Sr. César Halum)

Altera a redação do § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estabelecer a obrigatoriedade de exibição de imagens nos rótulos de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1115/2011.

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 advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool", além de imagens realistas que ilustrem as repercussões negativas do abuso do álcool sobre a saúde humana."(NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, desde sua publicação em 1996, portanto há quase dezesseis anos, determina que os rótulos de bebidas alcoólicas exibam advertência contra o uso excessivo de álcool. No entanto, não há registro de que o consumo de bebidas alcoólicas tenha diminuído, ou pelo menos estacionado, devido à leitura da mensagem. Isso se dá simplesmente porque, apesar de a mensagem estar presente e legível, falta-lhe impacto. O consumidor que lê a mensagem não visualize as verdadeiras consequências do abuso de álcool.

O presente projeto de lei visa a mudar tal situação, obrigando a inclusão, além da mensagem, de imagens realistas ilustrativas sobre os males do álcool nos rótulos de bebidas. Além de ler a advertência, a pessoa terá sua atenção atraída para uma imagem impactante, amplificando sobremaneira o efeito da mensagem, a exemplo do que já existe nos maços de cigarros.

Por ter convicção do mérito da proposição, submeto-a a meus pares, pedindo-lhes o apoio e os votos para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 29 de março de 2012.

Deputado CÉSAR HALUM
PSD/TO

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 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. 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)*
.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 3.590, DE 2012

(Do Sr. Marco Tebaldi)

Torna obrigatória a impressão do aviso "SE BEBER, NÃO DIRIJA" nos rótulos das bebidas alcoólicas, com o alerta sobre os perigos advindos do abuso do uso dessa substância por condutores de veículos automotores e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1171/2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Todos os rótulos de bebidas alcoólicas produzidas e comercializadas em território brasileiro deverão conter a impressão do aviso “SE BEBER, NÃO DIRIJA”, e o alerta dos perigos advindos do abuso do uso dessa substância por condutores de veículos automotores.

Parágrafo único – Na rotulagem devem ser declaradas, no mínimo, as seguintes informações: a ação depressiva do álcool no cérebro e no sistema nervoso central, a redução das capacidades mental e física, a diminuição da habilidade para condução de veículos e a imprudência de dirigir depois de beber.

Art. 2º - No caso de descumprimento do disposto nesta Lei serão aplicadas as seguintes penalidades ao fabricante ou seu representante:

Parágrafo único - Multa de 2.000 UFIR'S, ou outra unidade que venha a substituí-la, duplicada em caso de reincidência;

Art. 3º - Fica a Secretaria de Defesa e Proteção do Consumidor e Procon's responsáveis pelo cumprimento da fiscalização e aplicação de penalidades no que couber.

Art. 4º - Fica o Poder Executivo responsável pela regulamentação desta Lei no prazo de 180 (cento e oitenta dias) a contar da data de sua publicação.

Art. 5º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A ação depressiva do álcool no cérebro e no sistema nervoso central reduz as capacidades mental e física, diminuindo a habilidade para condução de veículos e debilita o controle neuromuscular, pois o motorista não pode dividir sua atenção satisfatoriamente depois de uma pequena dose de bebida.

O ato de dirigir exige habilidade, prudência e coordenação motora, contudo é facilmente comprometida com a ingestão de qualquer tipo de bebida alcoólica. A imprudência de dirigir depois de beber pode gerar graves acidentes de trânsito. Um terço dos motoristas e motociclistas mortos, em acidentes de trânsito, têm níveis de álcool, que é proibido conforme o Código de Trânsito Brasileiro;

Conforme Secretaria Nacional Antidrogas o álcool, mesmo sendo ingerido em pequenas quantidades, está por trás de 61% dos acidentes de trânsito, principalmente nos grandes centros urbanos. Considerando mesmo com a proibição do uso de álcool pelos condutores de veículos automotores, a associação de álcool e direção deve ser urgentemente combatida, especialmente, por meio de ações educativas e conscientizadoras, enfatizando os perigos advindos do abuso do uso dessa substância pelos condutores.

O uso da advertência "SE BEBER, NÃO DIRIJA", em todos os rótulos de bebidas alcoólicas objetiva conscientizar o motorista que a ingestão de bebidas

alcoólicas, mesmo em pequena quantidade, compromete gravemente a sua segurança e a dos demais usuários das vias de trânsito.

Diante do aqui exposto, solicito o apoio dos nobres Deputados para aprovação da presente proposição.

Sala das sessões, 30 de março de 2012.

MARCO ANTONIO TEBALDI
Deputado Federal – PSDB/SC

PROJETO DE LEI N.º 3.619, DE 2012

(Do Sr. Damião Feliciano)

Acrescenta o art. 249-A à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5215/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º. Esta lei acrescenta o art. 249-A à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que "dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências", a fim de definir como infração administrativa a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas.

Art. 2.º. A Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 249-A:

"Art. 249-A. Vender à criança ou ao adolescente bebidas alcoólicas:

Pena – multa.

§1.º Em caso de reincidência, sem prejuízo da pena de multa, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias.

§2.º Se comprovada a reincidência em período inferior a 30 (trinta) dias, o estabelecimento será definitivamente fechado e terá sua licença cassada."

Art. 3.º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

De acordo com o art. 81, inciso II, do Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA, é proibida a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas.

A repressão penal a esta conduta é a contravenção penal prevista pelo art. 63, inciso I, do Decreto-Lei n.º 3.688, de 1941 – uma vez que o art. 243 do ECA não alude expressamente às bebidas alcoólicas.

No que tange à penalidade administrativa, entretanto, o ECA é omisso.

Na prática, a infração administrativa somente existe se houver determinação da autoridade judiciária ou do Conselho Tutelar proibindo a venda de bebidas aos menores de dezoito anos, quando, então, se caracteriza a infração prevista pelo art. 249.

Mas a gravidade da conduta, que contribui diretamente para a calamidade do aumento do alcoolismo entre os jovens, deve ser expressamente prevista e punida pelo Estatuto, em artigo próprio, em que se preveja, para além da multa, o fechamento definitivo e a cassação da licença do estabelecimento que assim proceder e reincidir.

Contamos com o endosso dos ilustres Pares para a conversão deste projeto de lei em norma jurídica.

Sala das Sessões, em 03 de abril de 2012.

Deputado DAMIÃO FELICIANO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:
I - armas, munições e explosivos;
II - bebidas alcoólicas;
III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V - revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 249. Descumprir, dolosa ou culposamente, os deveres inerentes ao poder familiar ou decorrente de tutela ou guarda, bem assim determinação da autoridade judiciária ou Conselho Tutelar: *(Expressão "pátrio poder" alterada pelo art. 3º da Lei nº 12.010, de 3/8/2009)*

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 250. Hospedar criança ou adolescente desacompanhado dos pais ou responsável, ou sem autorização escrita desses ou da autoridade judiciária, em hotel, pensão, motel ou congênere:

Pena - multa. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009)*

§ 1º Em caso de reincidência, sem prejuízo da pena de multa, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009)*

§ 2º Se comprovada a reincidência em período inferior a 30 (trinta) dias, o estabelecimento será definitivamente fechado e terá sua licença cassada. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009)*

.....
.....

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

O Presidente da República, usando das atribuições que lhe confere o artigo 180 da Constituição,

DECRETA:

LEI DAS CONTRAVENÇÕES PENAIS

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de dezoito anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de frequentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de dois meses a um ano, ou multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

Pena - prisão simples, de dez dias a um mês, ou multa, de cem a quinhentos mil réis.

§ 1º Na mesma pena incorre aquele que, embora para fins didáticos ou científicos, realiza em lugar público ou exposto ao publico, experiência dolorosa ou cruel em animal vivo.

§ 2º Aplica-se a pena com aumento de metade, se o animal é submetido a trabalho excessivo ou tratado com crueldade, em exibição ou espetáculo público.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 3.658, DE 2012

(Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

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".

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 1277/1999.

O Congresso Nacional decreta:

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

Art. 1.º (...)

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

Art. 2º - O artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º Fica proibida qualquer ação comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão, jornais, revistas e outras formas de mídia, inclusive eletrônica.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Há muito tempo que se sabe que o consumo de bebidas alcoólicas é um dos principais fatores dos males que permeiam a nossa sociedade. Muitas ações têm sido empreendidas no sentido de se coibir o excesso do consumo de álcool, notadamente o recrudescimento da dita Lei Seca.

Com efeito, a associação entre acidentes de trânsito violência doméstica e brigas diante de bares, boates e outros estabelecimentos que incentivam desenfreadamente o consumo de bebidas alcoólicas está intimamente ligada á concepção de que, quem bebe, merece lugar de destaque na sociedade.

Com frequência vemos ações comerciais insuflando o consumo de bebida, como se fosse um fator determinante para destaque do indivíduo perante a sociedade.

Assim como em tempos não muito remotos, quando se associava o tabagismo, o consumo de cigarro a uma imagem de pessoa bem sucedida ou mesmo influente, o consumo de bebidas, com a tolerância da sociedade, muitas vezes leva a um comportamento irresponsável. Assim, talvez seja tempo de banirmos de uma vez por todas essa massificação dos comerciais e o incentivo que decorre desses reclames dos lares brasileiros.

Nesse sentido, a presente proposta é para que simplesmente se proíba a veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas de todos os meios de comunicação.

Assim, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres pares para aprovar essa medida que, com toda a certeza, representará passo importante preservação da saúde de nossos cidadãos e da paz em nosso País.

Sala das Sessões, em 11 de abril de 2012.

Deputado Jorge Tadeu Mudalen
DEM/SP

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 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 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)*

.....

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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.668, DE 2012

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Dá nova redação ao art. 4º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estabelecer a obrigatoriedade de afixação de mensagem escrita advertindo que é crime dirigir sob a influência de álcool ou de qualquer outra substância psicoativa que determine dependência na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, ao longo das rodovias federais e em postos de combustíveis, restaurantes, bares, boates, hotéis, motéis e similares localizados às margens de rodovias federais.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dá nova redação ao art. 4º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estabelecer a obrigatoriedade de afixação de mensagem escrita advertindo que é crime dirigir sob a influência de álcool ou de qualquer outra substância psicoativa que determine dependência na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, ao longo das rodovias federais e em postos de combustíveis, restaurantes, bares, boates, hotéis, motéis e similares localizados às margens de rodovias federais.

Art. 2º O art. 4º-A da 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, passa a vigorar com a seguinte redação:

> *"Art. 4º-A. Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica; ao longo das rodovias federais; e em postos de combustíveis, restaurantes, bares, boates, hotéis, motéis e similares localizados às margens de rodovias federais, deverá ser afixada advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool ou de qualquer outra substância psicoativa que determine dependência, punível com detenção."*
>
> Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

No ano de 2010, segundo dados compilados pela Polícia Rodoviária Federal e divulgados em seu anuário estatístico, aconteceram exatos 182.900 acidentes nas rodovias federais do Brasil. Esses acidentes ocasionaram a morte de 8.616 pessoas e deixaram outras 102.896 feridas. São estatísticas alarmantes, que demonstram um estado de extrema brutalidade do trânsito brasileiro, sobretudo nas rodovias. Além disso, há um padrão constante de aumento do número de acidentes e do número de vítimas. Para se ter uma ideia, apenas entre 2005 e 2010 houve um aumento de 66% no número de acidentes em rodovias federais. Do mesmo modo, o número de mortes em rodovias federais também subiu, em absurdos 35% no mesmo período.

Dentre as muitas causas para esse enorme número de acidentes, uma sem dúvida merece grande destaque: a combinação de álcool e direção. De acordo com uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira dos Departamentos de Trânsito, no ano de 1997 aproximadamente 61% das vítimas de acidentes de trânsito tinham indícios de embriaguez. O mesmo estudo mostrou que entre os motoristas feridos ou mortos em acidentes, 75% haviam ingerido alguma bebida alcoólica. Ou seja, a pesquisa mostra que a combinação entre álcool e direção não apenas é responsável por

grande parte dos números de acidentes automobilísticos no País como também é causa de maior morbidade, já que os acidentes envolvendo motoristas alcoolizados tendem a ser mais graves, resultando em mais mortos e feridos.

Devido a esses dados assustadores, o Poder Legislativo aprovou recentemente a Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008 que, entre outras inovações, acrescentou o art. 4º-A à 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. Com isso, passou a ser obrigatória a afixação, na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, de advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção.

Apesar da medida representar um avanço, acreditamos que a redação do referido artigo pode ser melhorada, de modo a tornar seus efeitos ainda mais abrangentes. Uma primeira alteração que propomos, que visa a harmonizar o texto do art. 4º-A da Lei nº 9.294/96 ao Código Brasileiro de Trânsito, é a ampliação da mensagem nele contido, incluindo não apenas bebidas alcoólicas, mas também qualquer outra substância psicoativa que determine dependência.

Ampliamos ainda o rol de estabelecimentos que devem afixar o cartaz previsto no art.4º, incluindo também postos de combustíveis, restaurantes, bares, boates, hotéis, motéis e similares. Além disso, estabelecemos que placas devem ser afixadas ao longo das rodovias, com as mesmas informações a serem disponibilizadas pelos cartazes.

Esperamos, com isso, contribuir para uma política educativa que possa coibir o uso de álcool e de outras substâncias psicoativas por motoristas nas rodovias federais. É, portanto, com a plena convicção de que o projeto que aqui apresentamos é de grande conveniência e oportunidade que conclamamos o apoio dos nobres Parlamentares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 11 de abril de 2012

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB

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 Nº 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. 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.

.....

.....

LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e 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 inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da 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 obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 3.721, DE 2012

(Da Comissão Especial para efetuar estudo sobre as causas e consequências do consumo abusivo de álcool entre cidadãos brasileiros e, especialmente, as razões que determinam o aumento exponencial do consumo dessa substância nos últimos cinco anos.)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estabelecer restrições à publicidade e comercialização de bebidas alcoólicas, e a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, para proibir o consumo de bebidas alcoólicas nos eventos esportivos.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

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 vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º.....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para todos os efeitos legais, as bebidas potáveis que contenham em sua composição teor de álcool igual ou superior a meio grau Gay-Lussac." (NR)

Art. 2º 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: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool" e "Evite o Consumo de Álcool durante a Gestação". (NR)

Art. 3º O texto da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes arts. 8º-A e 8º-B:

"Art. 8º-A Além das restrições estabelecidas pela Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, é vedada a venda de bebidas alcoólicas:

I – em postos de combustíveis e estabelecimentos contíguos;

II – em estádios de futebol, ginásios e quaisquer estabelecimentos destinados a competições esportivas, desde duas horas antes do início até duas horas depois do término de eventos esportivos;

III - a cem metros de distância de qualquer estabelecimento de ensino.

Parágrafo Único. Os estabelecimentos referidos no caput deverão, obrigatoriamente, afixar, em local de ampla visibilidade, avisos indicativos da proibição, em dimensão não inferior a 25 (vinte e cinco centímetros) por 35 cm (trinta e cinco centímetros).

"Art. 8º-B O Poder Público poderá restringir os horários de funcionamento, em período noturno, de estabelecimentos destinados ao consumo de bebidas alcoólicas, como bares, restaurantes, lanchonetes, casas de shows e eventos, clubes sociais, trailers, ambulantes e similares, inclusive em eventos realizados em vias e

logradouros públicos, em áreas onde sejam detectados elevados índices de prática de crimes contra a vida e a integridade física.

Art. 4º O inciso II do art. 13-A da Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 13-A.....

.....

II - não portar objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência, incluindo bebidas com qualquer teor alcoólico igual ou superior a 0,5º GL;"(NR)

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Esta Comissão Especial de Bebidas Alcoólicas tem por objetivo pugnar pela redução dos níveis de consumo de álcool no Brasil, bem como estipular medidas orientadas à redução dos malefícios sociais ocasionados pela bebida alcoólica.

Como se sabe, o consumo excessivo de bebidas alcoólicas está entre os fatores que contribuem para diversos malefícios sociais, inclusive os alarmantes números da violência no trânsito no Brasil. A proposição, que ora apresentamos, pretende oferecer instrumentos capazes de reduzir os níveis de consumo de bebida alcoólica e minorar os impactos sociais do uso dessa droga lícita e socialmente aceita.

Em primeiro lugar, a alteração no parágrafo único da Lei nº 9.294, de 1996, reduz o teor alcoólico ao mínimo necessário para que se possa alcançar a maioria das bebidas que contenham álcool, para efeitos legais. Passa-se dos atuais trezes graus Gay-Lussac para meio grau. Incorpora-se, neste particular, a alteração constante do PL nº 2.733, de 2008.

Proíbe-se a venda de bebidas alcoólicas, tal como definidas no parágrafo único do art.1º, em estabelecimentos comerciais situados na faixa de domínio de rodovia ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, em postos de combustível e em estádios de futebol, ginásios e quaisquer estabelecimentos destinados a competições desportivas. Proíbe-se a venda de

bebidas alcoólicas nas imediações de estabelecimentos de ensino, fixando uma distância mínima de 100m. Trata-se de medidas voltadas a reduzir o número de acidentes e crimes ocorridos em decorrência do consumo de bebidas alcoólicas, seja no trânsito, nos estádios ou nas escolas.

No mesmo sentido, com o objetivo de reduzir o número de incidentes violentos ocorridos após o consumo de álcool, faculta-se ao Poder Público restringir os horários de funcionamento de estabelecimentos destinados ao consumo de bebidas alcoólicas. A medida restritiva destina-se às áreas onde sejam detectados elevados índices de prática de crimes contra a vida e a integridade física. Espera-se com a aprovação deste projeto, que se possa contribuir para redução dos impactos sociais graves, causados pelo abuso no consumo de álcool em nossa sociedade.

Sala das Sessões, 27 de março de 2012.

Deputado GERALDO RESENDE
Presidente

Deputado VANDERLEI MACRIS
Relator

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 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 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)*

.....

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.

.....

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na

Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

I - advertência; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

IV - apreensão do produto; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. *(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

.....

.....

LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e 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 inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

O Presidente da República
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o código de trânsito brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da 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 obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º são vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º a violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do distrito federal.

.....
.....

LEI Nº 10.671, DE 15 DE MAIO DE 2003

Dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO IV
DA SEGURANÇA DO TORCEDOR PARTÍCIPE DO EVENTO ESPORTIVO

Art. 13. O torcedor tem direito a segurança nos locais onde são realizados os eventos esportivos antes, durante e após a realização das partidas.

Parágrafo único. Será assegurado acessibilidade ao torcedor portador de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 13-A. São condições de acesso e permanência do torcedor no recinto esportivo, sem prejuízo de outras condições previstas em lei:

I - estar na posse de ingresso válido;

II - não portar objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência;

III - consentir com a revista pessoal de prevenção e segurança;

IV - não portar ou ostentar cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, inclusive de caráter racista ou xenófobo;

V - não entoar cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos;

VI - não arremessar objetos, de qualquer natureza, no interior do recinto esportivo;

VII - não portar ou utilizar fogos de artifício ou quaisquer outros engenhos pirotécnicos ou produtores de efeitos análogos;

VIII - não incitar e não praticar atos de violência no estádio, qualquer que seja a sua natureza; e

IX - não invadir e não incitar a invasão, de qualquer forma, da área restrita aos competidores.

Parágrafo único. O não cumprimento das condições estabelecidas neste artigo implicará a impossibilidade de ingresso do torcedor ao recinto esportivo, ou, se for o caso, o seu afastamento imediato do recinto, sem prejuízo de outras sanções administrativas, civis ou penais eventualmente cabíveis. *(Artigo acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

Art. 14. Sem prejuízo do disposto nos arts. 12 a 14 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, a responsabilidade pela segurança do torcedor em evento esportivo é da entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo e de seus dirigentes, que deverão:

I - solicitar ao Poder Público competente a presença de agentes públicos de segurança, devidamente identificados, responsáveis pela segurança dos torcedores dentro e fora dos estádios e demais locais de realização de eventos esportivos;

II - informar imediatamente após a decisão acerca da realização da partida, dentre outros, aos órgãos públicos de segurança, transporte e higiene, os dados necessários à segurança da partida, especialmente:

a) o local;

b) o horário de abertura do estádio;

c) a capacidade de público do estádio; e

d) a expectativa de público;

III - colocar à disposição do torcedor orientadores e serviço de atendimento para que aquele encaminhe suas reclamações no momento da partida, em local:

a) amplamente divulgado e de fácil acesso; e

b) situado no estádio.

§ 1º É dever da entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo solucionar imediatamente, sempre que possível, as reclamações dirigidas ao serviço de atendimento referido no inciso III, bem como reportá-las ao Ouvidor da Competição e, nos casos relacionados à violação de direitos e interesses de consumidores, aos órgãos de defesa e proteção do consumidor.

§ 2º *(Parágrafo revogado pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.746, DE 2012

(Do Sr. Audifax)

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

O Congresso Nacional decreta:

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

Art. 5º "Art. 4º É vedada, em todo território nacional, a propaganda comercial de bebidas alcoólicas, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem o §2º deste artigo e o art. 4-A". (NR)

Art. 6º Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É ocioso afirmarmos que o consumo de bebidas alcoólicas é deletério à saúde e que está associado a vários fatores sociais negativos. Doenças mentais, circulatórias e digestivas de grande gravidade, acidentes de trânsito,

acidentes laborais, violência doméstica, agressões e homicídios estão direta ou indiretamente associados ao consumo de álcool.

Em que pese a tais fatos bem estabelecidos, o consumo do álcool em excesso é caracterizado como atividade lúdica e que implica em aceitação social e afetiva. Propagandas, em sua maioria bem elaboradas e geralmente alegres e até mesmo jocosas só ao final apresentam uma mensagem de advertência sobre os malefícios do etilismo.

Não podemos mais tolerar esse comportamento irresponsável enquanto vidas de jovens e de adultos são ceifadas a cada final de semana em acidentes que têm o álcool em sua determinação. Não se pode tergiversar sobre os enormes prejuízos humanos e sociais que as doenças relacionadas ao uso de bebidas alcoólicas acarretam.

Nossa proposta à sociedade não pode, assim, ser outra: queremos a proibição de toda e qualquer propaganda comercial de bebidas alcoólicas em todo território nacional.

Esperamos que nossos Pares entendam o alcance social, sanitário e financeiro que tal medida representa e que venham a apoiá-la incondicionalmente pelo bem de nossa população e por um País com mais paz e segurança.

Sala das Sessões, em 25 de abril de 2012.

Deputado AUDIFAX

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 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.840, DE 2012

(Do Sr. Pastor Eurico)

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", tornando obrigatória a impressão de imagem de acidente de trânsito nos rótulos das garrafas de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 1171/2003.

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 §

4° do art. 220 da Constituição Federal", tornando o brigatória a impressão de imagem de acidente de trânsito nos rótulos das garrafas de bebidas alcoólicas.

Art. 2º Dê-se ao § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, a seguinte redação:

> *"Art. 4º .....*
> *.....*
> *§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão* ***imagem de acidente de trânsito*** *e advertência nos seguintes termos:* ***"Bebida alcoólica também mata!"."***

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 60 (sessenta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Relatório Brasileiro sobre Drogas, publicado em 2009 pela Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, aponta conclusões importantes a respeito dos efeitos do consumo do álcool no País. No que diz respeito às ocorrências de trânsito nas rodovias federais, o estudo indica uma preocupante tendência de aumento no número de acidentes com vítimas associados ao consumo de bebidas alcoólicas. Segundo a pesquisa, de 2004 a 2007, esse índice registrou acréscimo em todas as regiões geográficas brasileiras. No agregado dos dados, o número de acidentes com vítimas passou de 498, em 2004, para 1.909, em 2007.

A perigosa combinação de álcool e direção, além de ser responsável por ceifar a vida de milhares de inocentes todos os anos, também provoca dramas sociais e econômicos de toda ordem. Mensalmente, o Estado é obrigado a arcar com milhões de reais na recuperação das vítimas do trânsito em hospitais públicos, bem como no pagamento de benefícios da previdência social.

O problema apontado, no entanto, não ocorre somente no Brasil. Atenta a esse infortúnio de dimensões globais, a Organização Mundial da Saúde vem reiteradamente conclamando os países membros da entidade a adotar medidas restritivas de estímulo ao consumo de bebidas alcoólicas. Nesse sentido, uma das experiências mais bem sucedidas de combate à prática de dirigir sob o efeito do álcool foi implementada na Austrália. Em 1989, o país iniciou uma campanha de segurança no trânsito baseada na veiculação de imagens realistas de

acidentes nas estradas provocados pelo uso de bebidas alcoólicas. Desde então, foi registrada uma redução de mais de cinquenta por cento nas vítimas fatais de trânsito, com permanente viés de queda.

No Brasil, em 2008, o Governo Federal lançou mão de artifício similar com o objetivo de desencorajar o consumo de tabaco no País. Na oportunidade, a Anvisa expediu resolução obrigando os fabricantes de cigarro a divulgar, nas embalagens do produto, fotografias exibindo imagens chocantes de pessoas vitimadas pelas doenças mais frequentes causadas pelo tabaco. Para as bebidas alcoólicas, no entanto, a regulamentação em vigor determina apenas que os rótulos das embalagens contenham advertência alertando o consumidor para evitar o consumo excessivo de álcool.

Considerando, pois, a premente necessidade da adoção de medidas para enfrentar a proliferação dos acidentes nas estradas causados pelo uso do álcool, elaboramos o presente projeto de lei, que torna obrigatória a impressão de imagens de acidentes de trânsito nos rótulos das garrafas de bebidas alcoólicas. A medida, além de harmonizar-se com as mais modernas e eficientes práticas utilizadas no mundo para desestimular o consumo do álcool, também está em sintonia com o texto constitucional, que atribui ao Poder Público a competência para estabelecer normas de esclarecimento à população sobre os malefícios decorrentes do consumo do álcool.

Ressalte-se, por oportuno, que o custo da implementação da medida proposta é virtualmente nulo, pois demandará dos fabricantes apenas mudanças pontuais no *layout* do rótulo das garrafas de bebidas. Para a sociedade, por sua vez, os benefícios advindos do projeto serão gigantescos, pois concorrerão para desencorajar a prática imprudente de dirigir sob o efeito do álcool, contribuindo para poupar vidas e reduzir os gastos públicos com despesas hospitalares e previdenciárias.

Em razão dos argumentos elencados, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares para a discussão e aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 09 de maio de 2012.

Deputado PASTOR EURICO

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 Nº 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. 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.070, DE 2012

(Do Sr. Ricardo Izar)

Altera a redação e acrescenta parágrafos e incisos ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, a qual 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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5074/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A presente Lei faz alterações no Art.2º da Leiº 9.294, de 15 de Julho de 1996, para dispor sobre as restrições ao uso de produtos fumígeros em todo o território nacional.

Art. 2º O Art. 2º, da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes § 4 e § 5, e dos Incisos I, II, III e IV ao seu Caput, com a seguinte redação:

" Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeros, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público, salvo, o limite máximo do correspondente a 20% (vinte por cento) dos bares de cada município, quando atendidos aos seguintes requisitos:

I- Os funcionários dos estabelecimentos comerciais perceberem o grau máximo do adicional de insalubridade previsto em Lei.

II- Os funcionários dos estabelecimentos comerciais receberem, por parte do empregador, um seguro ou plano de Saúde.

III- Os estabelecimentos comerciais disporem de um sistema de exaustão adequado.

IV- Os estabelecimentos comerciais Possuir indicativos em destaque de que se trata de um local com permissão de fumo.

V- Os estabelecimentos comerciais não devem permitir a entrada de menores de 18(anos), ainda que acompanhados.

§ 1 .....

§ 2 .....

§ 3 .....

§ 4 Deve incidir anualmente sobre os bares que pertencerem à exceção prevista no caput do presente artigo, na forma de contribuição especial, o equivalente a 10% do Lucro Real Anual ou a 100 (cem) salários mínimos, o que for maior.

§ 5 A receita arrecadada, a que ser refere o parágrafo anterior, deve ser destinado em 50% para a União, e em 50% para o Município onde se encontrar o estabelecimento comercial tributado" (NR)

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará está Lei no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco dias) de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

Inicialmente, é válido salientar que, de acordo com fontes oficiais, o tabagismo no Brasil custa mais de R$330.000.000,00 anualmente ao Sistema Único de Saúde. Tal valor poderia muito bem ser direcionado para outras enfermidades que afetam a população carente, a qual é a principal usuária do SUS.

A presente propositura visa oferecer uma forma de arrecadação específica para as doenças decorrentes do uso de cigarros e seus congênitos, as quais na sua extensa maioria são cancerígenas. A tributação incidirá no Lucro Real

Anual do estabelecimento, ou em um piso mínimo elevado a casa dos mais de R$70.000,00, com base no salário mínimo vigente.

Apenas para oferecer um quadro hipotético: considerando-se que a cidade de São Paulo goza de mais de 100.000 bares dentro de seus limites, a arrecadação poderia atingir, em uma estimativa livre, o montante de R$6.220.000.000,00, isso se a tributação que incide sobre os estabelecimentos autorizados for o valor mínimo de tributação estipulados no Projeto de Lei em questão.

A apresentação de um Projeto de Lei que altera a atual legislação sobre a temática não se trata em momento algum de se fazer apologia ao fumo, e sim de lidar com uma realidade que exorbita o campo do maniqueísmo que domina a questão atualmente, onde a proibição é total e irrestrita, em detrimento de mais de quase 20% da população brasileira, a qual se declara fumante, de acordo com dados governamentais.

Outrossim, a liberdade da maioria não-fumante não será transgredida, haja visto que esses poderão escolher adentrar ou não nesse seleto grupo de estabelecimentos, os quais deverão informar de maneira explicita que possuem tal autorização especial.

No que tange o controle das localidades onde haverá permissão para o fumo, ele será ainda mais eficaz do que é com a proibição draconiana em vigor, visto que ensejará um beneficio indireto imenso para a população, pois viabilizará uma fonte de recurso de primeira importância para os programas de Saúde conveniados entre as prefeituras e o Governo Federal.

Ademais, no cerne do projeto são estabelecidos benefícios trabalhistas para aqueles que estiverem sujeitos a ambientes laboral com autorização para o tabagismo, como o direito ao seguro de saúde obrigatório e adicional de insalubridade, não onerando o sistema público de saúde e oferecendo uma renda muito superior a esses trabalhadores.

Em face de todo o exposto, pede-se o apoio dos nobres membros dessa Casa para a aprovação da propositura em Epígrafe.

Sala das Sessões, em 14 de junho de 2012.

Deputado Ricardo Izar (PSD- SP)

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 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 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.

§ 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)*

.....
.....

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 fumígeros, 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.

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 estimulo 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 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 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)*

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.101, DE 2012

(Do Sr. Lincoln Portela)

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 proibir o fumo no interior de veículos oficiais.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-5492/2009.

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 2º .....
.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no *caput* nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, bem com em veículos oficiais de qualquer natureza. ”(NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

O Brasil pode se congratular por ser um dos países mais bem sucedidos em seus esforços de coibir o hábito do fumo e portanto seus efeitos. O Congresso Nacional tem, sem sombra de dúvida, feito sua parte, aprovando novas leis de controle e restrição.

Com a proibição de fumar em locais fechados, hoje se pode entrar em qualquer prédio público de qualquer cidade brasileira e ter a segurança de não se tornar um fumante passivo. O mesmo ocorre em veículos de transporte coletivo, mas Infelizmente essa garantia não se estende ainda aos veículos oficiais.

Ora, o veículo oficial nada mais é que a extensão do órgão a que pertence, e como tal deve ser considerado. Se os servidores que trabalham em prédios não precisam temer os riscos do tabagismo passivo, os motoristas devem ter o mesmo direito.

O presente projeto de lei destina-se a corrigir essa situação, e para tanto conto com os votos e apoiamento dos nobres pares para aprová-lo no menor prazo possível.

Sala das Sessões, em 21 de junho de 2012.

Deputado Lincoln Portela
PR/MG

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 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 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)*

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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.152, DE 2012

(Do Sr. Marcos Rogério)

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 estabelecer restrições à propaganda de compostos líquidos prontos para o consumo e de substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

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 estabelecer restrições à propaganda de compostos líquidos prontos para o consumo e de substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários.

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

"Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de compostos líquidos prontos para o consumo, de substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários, de medicamentos e terapias e de defensivos estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal. (NR).

§ 1º Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 0,3 (três décimos de grau) Gay Lussac. (NR).

§ 2º Consideram-se compostos líquidos prontos para o consumo, para efeitos desta Lei, os produtos assim definidos em regulamento, que tenham como uma de suas características atuar como bebida energética. (AC).

§ 3º Consideram-se substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários aquelas que, comprovadamente, causem efeitos sistêmicos que gerem suficiente diminuição de reflexos a ponto de tornar perigosa a condução de veículos sob seus efeitos, mesmo em baixas doses." (AC).

Art. 3º O § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º……..……

……..

§2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, compostos líquidos prontos para o consumo, substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa." (NR)

Art. 4º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação e acrescido do seguinte § 3º:

"Art. 1º Somente será permitida a propaganda de bebidas alcoólicas, de compostos líquidos prontos para o consumo e de produtos que contenham substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas." (NR).

§ 1º……

……...

§ 3º Os rótulos das embalagens de compostos líquidos prontos para o consumo e de produtos que contenham substâncias que diminuam significativamente os reflexos dos usuários conterão advertência nos seguintes termos: "Evite dirigir sob o efeito deste produto." (AC).

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Entre 2006 e 2010, segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (Abir), o consumo de bebidas energéticas no Brasil cresceu em 325% - um ritmo dez vezes superior à média das demais modalidades de bebida. Para se ter uma ideia, a venda de sucos, segunda colocada no ranking, cresceu nesse mesmo período em apenas 53%.

Portanto, temos um assustador aumento no consumo de bebidas energéticas, um produto que, ao contrário do que nos faz crer sua publicidade, não é isento de efeitos colaterais. Pelo contrário, o consumo imoderado de bebidas energéticas pode trazer sérios problemas à saúde e até mesmo ser a

causa de sérios acidentes automobilísticos, devido à sua comprovada atuação deletéria nos reflexos e na coordenação motora.

Exatamente por isso, ainda em novembro 1998 – portanto há quase 14 anos – a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), já preocupada com a venda indiscriminada de bebidas energéticas, publicou a Portaria nº 866, que fixa requisitos mínimos de características e qualidade para esses produtos. Essa portaria qualifica tais bebidas como "compostos líquidos prontos para o consumo", caracterizados por serem isentos de álcool ou com graduação alcoólica inferior a 0,5%, que pode conter vitaminas e sais minerais em até 100% da ingestão diária recomendada, e que contém um ou mais dos seguintes ingredientes: cafeína (máximo de 350 mg/L); extrato de guaraná; inositol (máximo de 20 mg/100 mL); glucoronolactona (máximo de 250mg / 100 mL) e taurina (máximo de 400 mg/100 mL). À época, a Portaria trouxe importantes regras, especialmente em relação à limitação das doses dos ingredientes ativos de bebidas energéticas.

Hoje, frente ao incrível aumento no consumo de energéticos, entendemos ter chegado a hora de levar as limitações impostas a esses produtos um passo adiante. Assim, apresento o presente Projeto de Lei, que visa alterar a Lei nº 9.294, de 1996, para estabelecer restrições à publicidade de bebidas energéticas e de outras substâncias que possam diminuir significativamente o reflexo dos seus usuários. Com a certeza da conveniência e oportunidade desta proposição, conclamo o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 04 de julho de 2012.

Deputado Marcos Rogério

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 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 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)*

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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. *(Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34)*

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. *(Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

I - advertência; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

IV - apreensão do produto; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. *(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Nelson A. Jobim
Arlindo Porto
Adib Jatene

PORTARIA Nº 868, DE 3 DE NOVEMBRO DE 1998

O Secretário de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, no uso de suas atribuições legais e considerando:

a necessidade de constante aperfeiçoamento das ações de controle sanitário na área de alimentos visando a proteção à saúde da população e a necessidade de fixar os requisitos mínimos de características e qualidade a que devem obedecer o COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO;

o material técnico-científico apresentado pelos fabricantes e importadores, sobre composição, toxicidade, inocuidade e ausência de potencial de indução à dependência;

que os trabalhos demonstram que as substâncias isoladamente não apresentam efeitos nocivos ou tóxicos nas quantidades apresentadas nas composições analisadas;

que os produtos são comercializados nos EUA, Japão e vários países da Europa;

que o produto não apresenta potencial de indução a vício;

que o produto não se enquadra no Regulamento Técnico dos Alimentos para Praticantes de Atividade Física, resolve:

Art. 1º Fixar requisitos mínimos de características e qualidade para os produtos definidos neste Regulamento Técnico, constante do anexo desta Portaria.

Art. 2º As empresas têm o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data da publicação deste Regulamento, para se adequar ao mesmo.

Art. 3º O descumprimento aos termos desta Portaria constitui infração sanitária sujeita aos dispositivos da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977 e demais disposições aplicáveis.

Art. 4º Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

GONZALO VECINA NETO

ANEXO

REGULAMENTO TÉCNICO PARA FIXAÇÃO DE IDENTIDADE E QUALIDADE DO COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO

1. ALCANCE

1.1. OBJETIVO

Fixar a identidade e características mínimas de qualidade a que devem obedecer o COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO.

1.2. ÂMBITO DE APLICAÇÃO

Excluem-se deste Regulamento, os refrescos, refrigerantes, sucos e néctares.

2. DESCRIÇÃO

2.1. DEFINIÇÃO

COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO é o produto isento de álcool ou com menos de 0,5% de álcool, que pode conter vitaminas e sais minerais até 100% da IDR no produto a ser consumido, e que contém um ou mais dos ingredientes permitidos de acordo com o item 4. Composição e Requisitos.

2.2. DESIGNAÇÃO:

Para fins de rotulagem este produto será designado como "COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO", devendo ser complementado pela expressão " À BASE DE ..." (especificando os ingredientes principais ou que caracterizem algum atributo comprovado e que opcionalmente seja indicado no rótulo), podendo acrescentar o termo "SABOR DE...".

3. REFERÊNCIAS

3.1. FAO/WHO Codex Alimentarius, CX/FL 98/11

3.2. FAO/WHO Codex Alimentarius, ALINORM 97/22, Appendix II

3.3. FAO/WHO Codex Alimentarius, ALINORM 97/22, Appendix X

3.4. Portaria SVS/MS nº 27, de 13 de janeiro de 1998, publicada no Diário Oficial da União de 16 de janeiro de 1998

3.5. Portaria SVS/MS nº 41, de 13 de janeiro de 1998, publicada no Diário Oficial da União de 21 de janeiro de 1998

3.6. Portaria SVS/MS nº 42, de 14 de janeiro de 1998, publicada no Diário Oficial da União de 16 de janeiro de 1998

4. COMPOSIÇÃO E REQUISITOS

4.1. É permitida a adição de cafeína como ingrediente no limite máximo de 350 mg/ L.

4.2. Para fins deste regulamento, extrato de guaraná é o extrato obtido da fruta das plantas Paullinia sorbilis ou Paullinia cupanna que contém de 3 a 5% de cafeína, assim como cerca de 1% de teobromina.

4.3. Os seguintes ingredientes também são permitidos, conforme os limites máximos no produto a ser consumido:

Inositol: 20 mg/ 100 mL

Glucoronolactona: 250 mg/ 100 mL

Taurina : 400 mg/ 100 mL

4.4. É indispensável que cada formulação para este tipo de produto seja analisada caso a caso.

4.5. A empresa responsável pelo produto que apresente limites diferentes dos estipulados ou outros ingredientes não previstos neste Regulamento Técnico, deve apresentar documentação científica, que comprove a sua segurança e ausência de risco à saúde, que será avaliada pelo órgão competente do Ministério da Saúde.

5. ADITIVOS

É permitida a utilização de aditivos e coadjuvantes de tecnologia nos mesmos limites previstos para os alimentos convencionais similares, desde que não venham alterar a finalidade a que o alimento se propõe.

6. CONTAMINANTES

6.1. Resíduos de agrotóxicos

Devem estar em consonância com os níveis toleráveis nas matérias-primas empregadas, estabelecidos pela legislação específica.

6.2. Resíduos de aditivos dos ingredientes

Os remanescentes dos aditivos somente serão tolerados quando em correspondência com a quantidade de ingredientes empregados, obedecida a tolerância fixada para os mesmos.

6.3. Contaminantes inorgânicos

Devem obedecer aos limites estabelecidos pela legislação específica.

7. HIGIENE

O Composto Líquido Pronto para Consumo deve ser preparado, manipulado, processado, acondicionado e conservado conforme as Boas Práticas de Fabricação (BPF), e atender aos padrões microbiológicos, microscópicos e físico-químicos estabelecidos por legislação específica.

8. PESOS E MEDIDAS

Deve obedecer à legislação específica.

9. ROTULAGEM

O COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO deve atender às normas de rotulagem geral e nutricional dispostas nos respectivos Regulamentos Técnicos.

Quando qualquer informação nutricional complementar for utilizada, deve estar de acordo com o Regulamento de Informação Nutricional Complementar.

Alegações tais como "energético, estimulante, potencializador, melhora de desempenho", devem ser comprovadas e avaliadas previamente pelo órgão competente do Ministério da Saúde, de acordo com legislação específica.

9.1. No painel principal:

9.1.1. A designação conforme item 2.2..

9.2. Nos demais painéis:

9.2.1. É obrigatório informar no rótulo do produto o teor de cafeína, quando presente.

9.2.2. O COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO objeto deste Regulamento, deve indicar obrigatoriamente, a seguinte advertência em destaque e negrito "Idosos e portadores de enfermidades: consultar o médico antes de consumir este produto".

10. REGISTRO

O COMPOSTO LÍQUIDO PRONTO PARA CONSUMO está sujeito aos mesmos procedimentos administrativos exigidos para o registro de alimentos em geral.

11. DISPOSIÇÕES GERAIS

Esta Portaria deve ser revista no prazo máximo de 2 anos, devido aos estudos da Comissão FAO/OMS Codex Alimentarius em andamento.

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.

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 apoiamento para o presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 11 de julho de 2012.

Deputado LIRA MAIA

LEI Nº 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. 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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.549, DE 2012

(Do Sr. Heuler Cruvinel)

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 À(AO) PL-1408/1999.

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 legíveis e destacadas nos seguintes termos:

I –"Não existem limites seguros para o consumo de álcool";

II – "O consumo de álcool inibe os reflexos e reduz a capacidade para dirigir e operar máquinas";

III – "O consumo de álcool pode causar dependência e diversos malefícios à saúde".

IV – "O consumo de álcool deve ser evitado durante toda a gestação".

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

JUSTIFICAÇÃO

O aumento do consumo de bebidas alcoólicas entre os brasileiros é visível, tendo seu início em idade cada vez mais tenra. Visíveis também

são as graves consequências, no trânsito, na saúde pública, nas relações pessoais, dentro e fora das famílias, nos ambientes de trabalho, na previdência social.

Segundo o II Levantamento Domiciliar sobre Uso de Drogas Psicotrópicas no Brasil[1], promovido pela Secretaria Nacional Antidrogas (Senad) e realizado com metodologia rigorosa em 108 cidades brasileiras com mais de 200 mil habitantes, os alcoolistas dependentes seriam já mais de 12% da população entre 12 e 65 anos de idade. Dados do Serviço Social da Indústria (SESI)[2] confirmam a projeção, indicando haver no Brasil cerca de 16 milhões de pessoas dependentes do álcool, que é a terceira maior causa de absenteísmo no trabalho, comprometendo quase 5% do PIB nacional.

Conforme dados apresentados pelo Escritório das Nações Unidas Contra Drogas e Crime (UNODC)[3], 40% dos acidentes nas empresas estão ligados ao uso de drogas, dentre elas o álcool. O Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (CISA) informa que o número de acidentes fatais no trânsito tem aumentado exponencialmente ano após ano[4], em vários países, especialmente nos feriados, tendo como principal causa a embriaguez por consumo de bebidas alcoólicas.

Esse panorama verdadeiramente alarmante provocou, em 2011, a instalação nesta Câmara dos Deputados de Comissão Especial destinada especificamente a estudar a questão e propor medidas de combate ao grave problema que assola todas as faixas etárias e repercute significativamente sobre a economia brasileira, deixando de ser apenas uma questão de saúde pública para se tornar uma questão macroeconômica incidente sobre nosso PIB: o relatório final da Comissão[5], apresentado em 20/03/2012, deveria ser lido por todos.

Aconselhar contra o consumo excessivo de álcool atualmente já se tornou lugar comum. Estudos recentes evidenciam que não existem limites seguros para o consumo de bebidas alcoólicas[6]. Exemplos dessa trágica conclusão

[1] http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/relatorio_padroes_consumo_alcool.pdf
[2] http://www.cndss.fiocruz.br/pdf/home/relatorio.pdf
[3] http://www.unodc.org/pdf/brazil/politicaspublicas_violencia/ficha07_alcooldrug_imp.pdf
[4] http://portal.saude.gov.br/portal/aplicacoes/noticias/default.cfm?pg=dspDetalheNoticia&id_area=124&CO_NOTICIA=13716
[5] http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/SAUDE/412001-RELATOR-APRESENTA-PARECER-NA-COMISSAO-ESPECIAL-SOBRE-CONSUMO-ABUSIVO-DE-ALCOOL.html
[6] www.dprf.gov.br/PortalInternet/leiSeca.faces

são os dados divulgados pela OMS em fevereiro de 2011[7], os quais concluíram que o uso de bebidas alcoólicas mata mais do que AIDS, tuberculose ou violência, sendo responsável por quase 4% de todas as mortes no mundo. É esse fato que deve ser levado ao conhecimento da população brasileira, célere e urgentemente.

Transformado o presente projeto em lei, os rótulos das bebidas alcoólicas passarão a exibir, de forma legível e destacada, essas advertências que, embora não sejam suficientes, certamente contribuirão para o esforço que a nação deve empreender para limitar o consumo de álcool e suas consequências nefastas. Apresento-o, pois, aos meus nobres pares com a convicção de que receberá os votos e apoio necessários para sua rápida aprovação.

Sala das Sessões, em 17 de outubro de 2012.

Deputado **HEULER CRUVINEL**

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 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. 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".

[7] http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/02/110211_oms_alcool_rc.shtml

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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.669, DE 2012

(Do Sr. Paulo Foletto)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, determinando a aposição de imagens de acidentes de trânsito nos anúncios televisivos e rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 3840/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal*", determinando a aposição de imagens de acidentes de trânsito nos anúncios televisivos e rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas.

Art. 2º Acrescentem-se os §§ 3º a 5º ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

"Art. 4º .....

.....

§ 3º A propaganda comercial das bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 1 (um) grau Gay Lussac nas emissoras de televisão paga e aberta deverá conter mensagem de advertência escrita e falada nos seguintes termos: "Se Beber, Não Dirija", acompanhada de imagens de acidente de trânsito.

§ 4º A mensagem e as imagens de que trata o § 3º serão apostas ao final do anúncio do produto, e deverão ter duração mínima de 5 (cinco) segundos.

Coordenação de Comissões Permanentes - DECOM - P_5369
CONFERE COM O ORIGINAL AUTENTICADO
PL 6869/2010

§ 5º As imagens a que se refere o § 3º serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses."

Art. 3º Suprima-se o § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 4º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 4º-B:

"Art. 4º-B Os rótulos das embalagens das bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 1 (um) grau Gay Lussac conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool", acompanhada de imagens de acidente de trânsito.

§ 1º As imagens a que se refere o caput serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses.

§ 2º As imagens deverão ser inseridas nos rótulos de forma ostensivamente destacada."

Art. 5º Esta Lei entrará em vigor 60 (sessenta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A violência no trânsito constitui-se hoje em uma das principais causas de mortalidade e incapacitação permanente no Brasil. As estatísticas revelam que o País registra anualmente mais de 1,5 milhão de acidentes de trânsito, com 400 mil feridos e 35 mil vítimas fatais.

Grande parte desses acidentes tem uma origem comum: a perigosa combinação entre álcool e direção. Segundo pesquisa patrocinada pelo Ministério da Saúde em 2011, quase 50% dos acidentes de trânsito com mortes estão associados ao consumo de bebidas alcoólicas.

Em resposta a essa situação, o Poder Público vem empreendendo uma série de ações com o objetivo de inibir a embriaguez ao volante.

A iniciativa que melhor ilustra o esforço no sentido de intensificar a fiscalização do uso do álcool em nossas rodovias foi lançada em 1998, com a aprovação da “Lei Seca” – a Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008. De acordo com informações divulgadas pelo Ministério da Saúde, apenas um ano após a aprovação dessa lei, já foi possível registrar uma redução de 23% no total de internações e de 22,5% nas mortes por acidentes de trânsito nas capitais brasileiras.

Não obstante o inegável mérito das medidas já implementadas pelo governo, os resultados alcançados ainda estão muito aquém das expectativas da sociedade. Os elevados índices de acidentes no sistema rodoviário brasileiro evidenciam a necessidade da instituição de novos instrumentos que contribuam para reduzir a violência no trânsito.

Sob o prisma legislativo, uma solução simples, barata e efetiva para desencorajar o consumo do álcool nas estradas consiste em obrigar os fabricantes de bebidas alcoólicas a inserirem imagens de acidentes provocados pelo uso do álcool no rótulo da embalagem desses produtos.

Embora a legislação em vigor já determine que os rótulos de bebidas alcoólicas contenham texto escrito desestimulando o consumo abusivo do álcool, o apelo emocional evocado por uma fotografia é significativamente mais acentuado do que uma mera mensagem de texto. Em outras palavras, “uma imagem vale mais do que mil palavras”.

Nossa proposta é inspirada na já consagrada legislação que dispõe sobre a comercialização de cigarros e outros fumígeros, que obriga os fabricantes a imprimirem, nas embalagens desses produtos, imagens com cenas que ilustrem os malefícios provocados pelo fumo.

Por esse motivo, apresentamos este Projeto com o objetivo de instituir a obrigatoriedade da inserção de fotografias de acidentes de trânsito nos rótulos das garrafas e latas de bebidas alcoólicas, inclusive cervejas e assemelhados. A medida contribuirá para incentivar o motorista a refletir sobre os riscos associados à embriaguez no trânsito, reduzindo, assim, o número de acidentes nas estradas brasileiras.

Além disso, propomos a introdução de dispositivo legal condicionando a exibição da propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de TV

à aposição de imagem de acidente de trânsito ao final do anúncio desses produtos, acompanhada da mensagem “Se Beber, Não Dirija”.

O projeto também determina que esses alertas deverão ser exibidos pelo tempo mínimo de 5 segundos, período que consideramos ideal para que o telespectador seja estimulado a ponderar sobre as consequências de conduzir um veículo sob o efeito do álcool. Embora as propagandas de cerveja já contenham mensagem escrita e falada alusiva aos males causados pelo uso do álcool, o espaço nos anúncios destinado a essa finalidade é tão modesto que a advertência se torna praticamente imperceptível ao telespectador, o que justifica, portanto, a aprovação do dispositivo proposto.

Considerando, pois, que as medidas apresentadas representam uma importante contribuição desta Casa para reduzir a violência no trânsito no País, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em 07 de novembro de 2012.

Deputado PAULO FOLETTO

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 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. 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.

.....
.....

LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e 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 inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da 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 obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.755, DE 2012

(Da Sra. Liliam Sá)

Altera o caput do art. 4º da 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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2908/2000.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o *caput* do artigo 4º da 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.

Art. 2º O *caput* do artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º É vedada, em todo território nacional, a propaganda comercial de bebida alcoólica, inclusive na internet, *outdoors*, placas, cartazes luminosos, rádio e

televisão, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhadas das cláusulas de advertência a que se refere esta Lei.”

.....(NR)

Art. 3º Esta lei será regulamentada no prazo de cento e oitenta dias pelo órgão competente.

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

JUSTIFICATIVA

A proposição visa restringir o acesso das propagandas comerciais, relativas ao uso de bebidas alcoólicas, às crianças, adolescentes e jovens.

A bebida alcoólica é porta de entrada de jovens para o uso de outras substâncias psicoativas.

É sabido, que a publicidade de bebidas alcoólicas aumenta a probabilidade de jovens iniciarem o consumo mais cedo.

O Observatório Brasileiro de Informações Sobre Drogas, afirma que jovens adultos e adolescentes bebem mais sob a influência de propaganda de bebidas alcoólicas, conforme razões expostas abaixo.

Divulgada pelo Observatório Brasileiro de Informações Sobre Drogas – OBID – **uma pesquisa realizada afirma que jovens adultos e adolescentes bebem mais sob a influência de propaganda de bebidas alcoólicas**.

O estudo atesta que:

*"**Entre jovens de 15 a 26 anos descobriu-se que, para cada anúncio de bebida alcoólica visto por mês, há um aumento de 1% na média de drinques consumidos**".*

Segundo Dr. Leslie Snyder na publicação Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine, a descoberta vai contra os argumentos da indústria de que apenas adultos prestam atenção à propaganda de álcool. A pesquisa foi realizada pela Universidade de Connecticut em Storrs (EUA), entre 1999 e 2001, com um grupo de 1.872 jovens escolhidos casualmente.

Descobriu-se também que, para cada dólar adicional per capita gasto na publicidade de álcool, os participantes do estudo bebiam 3% a mais por mês. O estudo mediu a exposição a cada uma das quatro mídias: televisão, rádio, revista e outdoor. Assim, Snyder afirma que:

"Os resultados contradizem os argumentos de que a propaganda não tem relação com a quantidade consumida por jovens, de que, no máximo, a publicidade provoca a mudança de marcas, só afeta pessoas mais velhas, com idade suficiente para beber, ou é debatida de forma eficiente pela educação"

O estudo é um dos pioneiros a cruzar o consumo de álcool por jovens aos investimentos da indústria com publicidade. (http://www.artigonal.com/marketing-e-publicidade-artigos/a-influencia-da-publicidade-no-consumo-de-bebidas-alcoolicas-999231.html)

Diante da importância do tema, solicito o apoio dos nobres Pares na aprovação da presente proposição.

Sala das sessões, 22 de novembro de 2012.

Deputada LILIAM SÁ

PSD/RJ

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 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. 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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.772, DE 2012

(Do Sr. Vanderlei Macris)

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 alcoolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, para proibir a indução ao uso exagerado ou irresponsável de bebida alcoólica.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3414/2008.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294 de 1996 passa a vigorar acrescida do seguinte art. 4ºB:

.....

Art. 4º B. Quanto aos produtos a que se refere o Parágrafo Único do art. 1º é proibido induzir as pessoas ao consumo exagerado ou irresponsável de forma direta ou dissimulada em eventos com atividades cujo premio ou objetivo final seja o consumo de bebida alcoólica.

Parágrafo Único. O descumprimento do disposto neste artigo sujeita o infrator, pessoa física ou jurídica, além da suspensão do evento, ao pagamento de multa no valor de R$ 5.000,00 a R$ 100.000,00 conforme a capacidade econômica do infrator.

.....

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

JUSTIFICAÇÃO

Na luta contra o uso abusivo de bebida alcoólica por cidadãos brasileiros, vício que inevitavelmente conduz à morte, o mal deve ser cortado pela raiz. Recentemente, o Jornal O GLOBO publicou matéria sobre os “Drinking games” festas promovidas em alguns estados brasileiros cujo objetivo principal é reunir o maior número de pessoas pagantes para o consumo estimulado de bebida alcoólica.

É certo que essas festas são frequentadas por pessoas adultas com capacidade para discenir que desejam beber. Ocorre, que esse discernimento só é possível até as primeiras doses da bebida, depois, ninguém mais é capaz de decidir coisa alguma. O promotores das festas acham que não tem culpa ao “bolarem” brincadeiras que atraiam os consumidores para beberem exageradamente. A nosso ver, depois que a pessoa toma as primeiras doses de bebida ela perde a capacidade de decidir quanto mais do produto deseja comprar ou qual é a hora de parar. No mínimo, ofende o direito do consumidor.

Coordenação de Comissões Permanentes - DECOM - P_5369
CONFERE COM O ORIGINAL AUTENTICADO
PL-6869/2010

Tanto o fumo quanto a bebida alcoólica são consideradas drogas legais pela nossa legislação, mas como são drogas que causam mal à saúde é moralmente correto não estimular o seu uso de forma indiscriminada e irresponsável. Os promotores das festas chegam a reconhecer que os jovens gastam muito dinheiro e que é possível beber até desmaiar.

Por essa razão, entendemos que não é possível aceitar a ocorrência dessas festas onde o estímulo desenfreado ao consumo da bebida alcoólica seja o único atrativo. É possível fazer festas com uso de bebida alcoólica, mas não é possível fazer festas cujas atrações induzam ao consumo desnorteado de bebida, mesmo que o consumidor seja maior de idade. Importante ressaltar que o presente projeto não alcança as festas com bebida livre (open bar). A questão não é a disponibilidade da bebida e sim o estímulo inusitado, por parte do vendedor, para que as pessoas bebam mais do que deveriam e poderiam beber.

Para fundamentar a nossa preocupação, transcrevo a matéria do Jornal O Globo sobre esse assunto:

Jornal O GLOBO

'Drinking games' viram atrativo da noite jovem do Rio

Mudança do perfil de festa chama atenção para a quantidade de bebida alcoólica

MARIANA FILGUEIRAS

Publicado:21/10/12 - 8h00

Atualizado:22/10/12 - 12h48

RIO — À meia-noite do dia 28 de setembro, uma sexta-feira, quem passou pela Rua Mem de Sá, na Lapa, viu uma cena exótica: uma fila de jovens vestidos como vikings e valquírias na porta do Teatro Odisseia. Era uma espécie de gincana. Quem fosse fantasiado daquela maneira à Taverna Viking, festa de temática medieval que ocorre uma vez por mês na casa, ganhava doses liberadas de hidromel, a bebida típica dos vikings. Naquela noite, seriam esvaziadas 24 garrafas diretamente na boca dos frequentadores — a 25ª seguiria como prêmio ao casal que ganhasse o Concurso de Beijo realizado no auge do evento, lá pelas 3h. Não muito longe dali, no Espaço Acústica, na Praça Tiradentes, a festa Tropical Bacanal tinha uma brincadeira diferente: por volta das 2h, três produtores invadiram a pista de dança com bambolês e uma garrafa de uísque. Quem conseguisse rodar o artefato na cintura por dez segundos ganhava uma talagada.

No sábado seguinte, véspera de eleição municipal, a Wonka Party se inspirou no filme “A fantástica fábrica de chocolate” para atrair público: cupons dourados escondidos no salão podiam ser trocados por chocolates ou doses de bebida no bar. Na sexta-feira posterior, dia 12 de outubro, nem a chuva torrencial que lavou a Lapa tirou da porta do Odisseia a fila para entrar na Pop Up!, festa com farta distribuição de cachaça e sorteio de barril de cerveja, além do Megabeerbomb, um grande funil com mangueiras acopladas na saída para se beber mais, e mais rapidamente, com a ajuda da gravidade. Usado por até quatro pessoas ao mesmo tempo, o instrumento

torna possível tomar uma lata de cerveja em três segundos. Naquela noite, o Megabeerbong foi disputado a tapa pela turma que guardava lugar à beira do palco, onde os DJs o posicionam. Em cada aparição do brinquedo, 12 latas eram derramadas funil abaixo.

Conhecidas como *drinking games*, as brincadeiras que estimulam o consumo excessivo de álcool hoje são os principais atrativos das festas com público entre 18 e 24 anos que ocupam locais como Fosfobox, em Copacabana; Espaço Franklin, no Centro; e Espaço Rampa, em Botafogo; além do Odisseia e do Espaço Acústica. A despeito da música ou do público, o chamariz são os jogos que envolvem bebida, seja como mote ou premiação. Outros exemplos que chamam a atenção são a festa Tekiller, que tem uma Batalha de Tequila, na qual ganha uma garrafa da bebida quem vira quatro doses primeiro. Em algumas edições, "o primeiro a cair bêbado ganha uma tatuagem", como escrito na filipeta de divulgação. Ou a American Party, cuja atração principal é o Jager Beer Pong, uma competição em que dois times em lados opostos de uma mesa tentam acertar bolinhas de pingue-pongue no copo dos adversários, obrigando-os a virar uma mistura de cerveja com Jagermeister. Sem falar nas festas com os sugestivos nomes de Higher! ou Allcool Party.

— Antigamente, o mais importante era a música. Hoje em dia, para uma festa ser boa, ela tem que ter muitas atrações. Cada dia aparecem mais festas disputando o mesmo público, se não criarmos um diferencial, não atraímos as pessoas — justifica a produtora Luísa de Castro, de 21 anos, que se formou em Gastronomia e, há quatro meses, trocou o estágio numa fábrica de tortas pelo emprego na produtora de festas Blue Fish, responsável pela Tekiller, Taverna Viking e Bubble Pop, que distribui champanhe. — Festa hoje em dia é igual a cruzeiro. Antes, as pessoas queriam viajar. Hoje em dia, todo mundo quer "fazer um cruzeiro". O que vale são as atrações, os brindes, as fantasias, os *games*.

Ideia é importada dos EUA e da Alemanha

Depois do reinado das festas de rock, das festas dos anos 80 e das festas com DJ-celebridade, só para citar as últimas tendências da noite jovem carioca, o público assiste (boquiaberto) o advento das festas com *drinking games*. Não é difícil perceber esta mudança de perfil: nos *flyers*, o estilo de música muitas vezes nem é citado. Em letras garrafais, o destaque fica por conta das brincadeiras importadas de festas americanas (como o Beer Pong) e alemãs (como o Beerbong, usado nas Oktoberfest).

Enquanto tomavam um ar do lado de fora da Bubble Pop, que estreou no Odisseia em 5 de outubro, Luísa e Fernando Castro, de 25 anos, da Blue Fish, explicaram como regulam a distribuição gratuita de álcool:

— Calculamos pelo número de pessoas. Como hoje vieram entre 200 e 300, limitamos a distribuição de champanhe a seis garrafas. Na Taverna, que é bem cheia,

liberamos mais. Não acho que brincadeiras estimulem as pessoas a beberem mais do que fariam. Não vou dizer que nunca tivemos problemas, já aconteceu, uma vez ou outra, de alguém sair mal da batalha de tequila, mas não é culpa nossa, a festa é para maiores de idade — alega Fernando.

Assim que completou 18 anos, no ano passado, o estudante de Sistemas de Informação da PUC-Rio Gabriel Sotero começou a sair à noite com os amigos. Insatisfeito com as festas que frequentava, decidiu a criar a sua, "mais animada", segundo ele. Juntou-se a um amigo DJ da mesma idade e fundou a Wonka Party. Tal qual o personagem Willy Wonka, do filme, eles distribuem chocolates e escondem cupons dourados na pista. Para animar ainda mais o grande pique esconde em que se transforma a festa, Gabriel fez um curso de DJ este ano e, quando está no comando das picapes (ou laptops), vai de Lady Gaga a Xuxa. Apesar da pouca experiência na noite, o estudante atrai cerca de mil pessoas por evento, com entrada a R$ 30.

— Sem dúvida a Wonka fica lotada por causa da quantidade de brincadeiras. Em toda edição a gente tenta inovar, fazer algo diferente — diz Gabriel, que relativiza o estímulo ao consumo de álcool em seus eventos: — As pessoas saem de casa para beber, faz parte da noite, as brincadeiras são apenas mais uma atração.

Criador da 7 Day Weekend, primeira a usar um Beerbong, o produtor musical e DJ Bruno Salgado de Oliveira, conhecido como Sal, de 27 anos, acha que essa mudança de estilo da noite do Rio é natural.

— Na 7 Day, o principal atrativo são as músicas diferentes que o frequentador só vai ouvir aqui. Fazemos muita pesquisa musical. Mas também queremos ver as pessoas se divertirem, e acho que é esta a função do Beerbong. Não acho que isso estimule o consumo de álcool. Há muitas festas cujo principal interesse é lotar a casa, custe o que custar, dando garrafas de bebida, e isso sou contra. Mas a noite do Rio é muito plural, tem espaço para todo tipo de evento — comenta Sal, que levou o brinquedo pela primeira vez à festa por acaso: tinha usado o instrumento dias antes no clipe de sua banda.

Empresas entram na onda

De olho no mercado que esse tipo de evento fez surgir, o administrador de empresas carioca André Bonilha, de 26 anos, abriu em fevereiro a loja virtual Vira Vira, que, faz questão de frisar, é a "primeira empresa brasileira de *drinking games* registrada na Receita Federal". No site, são vendidos itens como o Beerbong simples (R$ 29,90) e o quádruplo (R$ 79,90), além de outros apetrechos. Os principais compradores, no entanto, são os paulistas — o que leva a crer que a moda também chegou a outras cidades do país.

— Quem mais compra com a gente é o pessoal de Campinas, principalmente para eventos de universidade, chopadas e festas de rodeio — comenta André, que contabiliza em R$ 200 mil seu rendimento este ano.

A ideia da loja surgiu depois de uma temporada de estudos em Nova York, em 2009.

— Lá, todas as festas de faculdade tinham *drinking games* e campeonatos de Beer Pong. Quando voltei, percebi que isso não era comum no Brasil. Achei que tinha tudo a ver com nosso espírito de festa e chamei três amigos para entrar no negócio — explica André, que faz demonstrações em festas para divulgar os produtos. — As pessoas adoram brincar. O *bong* nada mais é do que um acessório a mais para a descontração.

É o que pensam muitos dos frequentadores das nove festas em que a Revista O GLOBO esteve nas últimas três semanas. Para os jovens ouvidos, a distribuição de bebida é fator decisivo na hora de escolher em qual evento ir. Se for com alguma brincadeira, melhor ainda. Fantasiada de valquíria na fila da Taverna Viking, a estudante Mellyna Barone, que até a meia-noite do dia em questão tinha 17 anos, veio de Arraial do Cabo, na Região dos Lagos, onde vive, especialmente para comemorar o aniversário de 18 anos na festa medieval, cujo sucesso ela acompanhava pelo Facebook. Com uma amiga, ela queria conhecer (e garantir) o famoso hidromel, bebida fermentada à base de mel, de origem medieval, citado no livro “O Senhor dos Anéis”, que seria liberado em doses a noite toda.

— Meu sonho era vir aqui. Convenci meus pais a deixarem, e pelo que eu via na internet, é a mais animada — disse Mellyna, que esperou dar meia-noite para entrar, já que nesses eventos a entrada de menores é proibida.

Nem todas as pessoas que vivem a noite, no entanto, veem os *drinking games* como uma simples descontração. O DJ Tito Figueiredo, de 37 anos, 11 deles à frente da festa de rock Paradiso, é crítico ferrenho da nova moda:

— As festas hoje são um *freak show*, com rinha de tequila, touro mecânico, distribuição de pirulito. Para compensar a falta de conteúdo artístico, de qualidade musical, eles encontraram essa forma banal de diversão, que acaba estimulando o alcoolismo. O álcool é uma droga que mata, não é uma brincadeira — lamenta Tito. — Eu sempre fiz promoções na Paradiso, mas relacionadas ao conteúdo musical da festa. Para ganhar descontos, as pessoas tinham que participar dos debates sobre as músicas que tocavam nos *sets* na comunidade do Orkut.

O produtor musical e DJ Nado Leal faz coro. Trabalhando há 22 anos em festas e grandes eventos da cidade — Rock in Rio, réveillon de Copacabana, Fashion Rio... —, ele está assustado com a nova cena. Além de beberem mais, diz ele, os jovens gastam muito mais.

— A noite mudou radicalmente. Hoje vejo garotos de 20 anos gastando R$ 200 de uma vez. Antes eles não bebiam uísque, como hoje. Eu percebo que esse novo comportamento começou com a entrada dos energéticos na noite. Essas bebidas camuflam o gosto do álcool, eles bebem em maior quantidade. O estímulo que essas festas dão à bebedeira é muito louco. Mesmo os que saem de casa com o dinheiro contado agora bebem o equivalente a muito mais, pela distribuição gratuita de doses — atesta Nado, que não aceita tocar em festas com bebida de graça. — As características de uma boa festa estão sumindo, a boa música, o ambiente naturalmente descontraído, a espontaneidade. O problema é isso se tornar um padrão, o que eu temo que vá acontecer, pois são esses eventos que estão injetando dinheiro na noite da cidade.

Com 25 anos de carreira, o DJ Wilson Power, de 43, parou de beber há quatro. E apesar de tocar em festas que têm os *drinking games* como atrativo, ele vê com preocupação esse consumo excessivo de álcool:

— De uns cinco anos para cá, a noite mudou bastante. Eu sempre toquei porque eu queria atrair as pessoas pela música. Hoje, é a última coisa que importa. E esse vazio está sendo preenchido com álcool. Sou contra essa banalização da bebida como trunfo para encher as festas. Eu sou testemunha desse processo: se eu não parasse de beber, ia morrer. Já vi muita gente ficar pelo caminho, e é nisso que eu penso quando vejo a garotada em coma alcoólico em festas que deveriam estar se divertindo, dançando, azarando.

Diversão perigosa

Responsáveis pela locação para as festas, os proprietários dos espaços têm um posicionamento comprometido: se por um lado têm o faturamento do bar prejudicado pela distribuição gratuita de bebidas (os produtores das festas normalmente ficam com o dinheiro da entrada, mas o lucro do bar é do estabelecimento), por outro, sabem que são estes os eventos que mais atraem público atualmente.

— Uma show de MPB no Odisseia não atrai nem 200 pagantes, enquanto qualquer festa dessas leva 700 pessoas à casa — observa um dos sócios, Áureo César Lima, de 37 anos, que considera os *drinking games* "mais do mesmo". — Essas brincadeiras de hoje são as promoções de bebida de antes. A gente faz um controle, exige que a bebida distribuída seja comprada no nosso bar, conversa com os responsáveis antes, para evitar excessos, até porque exagero não traz lucro para a casa, só traz problemas.

No Espaço Acústica, o gerente Marcos Corrêa, de 31 anos, reconhece que muitas festas da casa "viraram uma chopada" (lá, na festa Tropical Bacanal, por volta das

4h40m, duas jovens saíram carregadas; e na Wonka Party, um rapaz alcoolizado foi abandonado por dois amigos dentro de um táxi).

— O ideal é que não tivesse nada disso, mas nós também temos que acompanhar o movimento natural da noite, procurar entender essa geração, que, apesar de ser mais histérica, é também mais pacífica — diz Marcos, que cancelou um evento este ano quando percebeu que o organizador tinha levado 60 litros de vodca comprada fora para distribuir na festa, contrariando as regras da casa. — Eu não escolho uma festa porque me dão tequila na boca, mas essa é só a minha opinião, não a realidade dessa nova cena.

O estudo mais recente sobre o consumo de álcool por este público específico foi divulgado em 2010 pela Universidade de São Paulo (USP), em parceria com a Secretaria Nacional de Políticas Sobre Drogas (Senad). Segundo o "I Levantamento nacional sobre o uso do álcool, tabaco e outras drogas entre universitários das 27 capitais brasileiras", 86,2% dos universitários já usaram álcool em algum momento da vida, sendo que 79,2% experimentaram antes dos 18 anos, e 54% antes dos 16 anos. A pesquisa concluiu que a faixa etária de 18 a 24 anos é a que mais consome álcool no país. São eles, também, os que mais praticam o que os especialistas chamam de *binge drinking*: o consumo pesado episódico, classificado como cinco doses numa noite para homens e quatro para mulheres. Entre os homens, 29,2% já são bebedores de médio e alto risco; entre mulheres, 16,2%.

— **Quanto mais precoce o abuso do álcool, maiores as chances de desenvolver dependência** — diz a psicoterapeuta Ivone Ponczek, diretora do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Atenção ao Uso de Drogas da Uerj.

Para ela, os *drinking games* banalizam os riscos do alcoolismo:

— O álcool demora a se instalar como dependência, por isso os indícios não são identificados imediatamente. O organismo jovem é mais sensível, metaboliza o álcool de maneira mais lenta. É importante tirar o cunho moralista do debate, todos tomam um porre um dia. Mas essa forma de lidar com a bebida pode ser destrutiva, pois o limite entre o lúdico e o perigoso fica diluído. Sem falar nos problemas relacionados, como acidentes de trânsito, atos de violência, abuso sexual etc.

O que é permitido em outras culturas, nem sempre é bom para o Brasil. Por essa razão, o ideal é proibir esses eventos, que atentam contra o consumidor, ensinando a nossa juventude que deseja consumir bebida alcoólica a fazê-lo de forma moderada e consciente de riscos.

Sala das sessões, 28 de novembro de 2012

Dep. VANDERLEI MACRIS

PSDB-SP

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 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. 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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 3.205-A, DE 2004

(Do Sr. Fábio Souto)

Proíbe a comercialização, no Território Nacional, de bebidas alcóolicas, cigarros e congêneres em estabelecimentos ou pontos de venda localizados a menos de 500 metros de escolas públicas ou particulares; tendo parecer da Comissão de Seguridade Social e Família, pela aprovação, com emendas (relator: DEP. JORGE TADEU MUDALEN).

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4846/1994.

S U M Á R I O

I – Projeto inicial

II – Na Comissão de Seguridade Social e Família:
- parecer do relator
- emendas oferecidas pelo relator (2)
- parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibida a comercialização de bebidas alcóolicas, cigarros e congêneres, em qualquer de suas formas ou embalagens, em estabelecimentos ou pontos de venda localizados a menos de 500 (quinhentos) metros de escolas públicas ou particulares.

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

JUSTIFICAÇÃO

A venda de bebidas alcoólicas e cigarros em estabelecimentos de acesso fácil a estudantes é circunstância que estimula a aquisição e consumo de itens que, comprovadamente, são nocivos à saúde humana, causadores de vícios (dependência química), além de ensejarem conflitos e agressões, e acidentes de trânsito, por embriaguez, bem como criarem condições favoráveis ao consumo de drogas ilícitas.

A proximidade dos pontos de venda em relação às escolas, como bem sabem os ilustres Parlamentares, é contraproducente à atividade educativa, sendo por vezes motivadora do absenteísmo, ainda que eventual e parcial.

Diversas medidas já vêm sendo adotadas para coibir o uso ou, ao menos, orientar as pessoas sobre os males causados pelo álcool e pelo fumo, por meio de propaganda educativa e de alerta explícito quanto às conseqüências do uso de tais produtos.

É preciso, no entanto, a adoção de novos mecanismos legais, que restrinjam, obstaculizem, dificultem o acesso aos produtos nocivos, especialmente por parte daqueles cidadãos que estão em processo de formação ou especialização, para que tenhamos uma população mais saudável, com uma mente mais preocupada com a atividade profissional do que com a satisfação de hábitos desaconselháveis.

Por tudo isto, esperamos contar com o apoio de nossos nobres Pares à presente proposição.

Sala das Sessões, em 23 de março de 2004.

Deputado Fábio Souto

COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

I - RELATÓRIO

A proposição proíbe a comercialização, no Território Nacional, de bebidas alcóolicas, cigarros e congêneres em estabelecimentos ou pontos de venda localizados a menos de 500 metros de escolas públicas ou particulares.

Em sua justificativa, o autor afirma que a venda de bebidas alcóolicas e cigarros em estabelecimentos de acesso fácil a estudantes seria circunstância que estimularia a aquisição e consumo de itens que, comprovadamente, seriam nocivos à saúde humana, causadores de vícios, além de ensejarem conflitos, agressões e acidentes de trânsito por embriaguez, bem como criarem condições favoráveis ao consumo de drogas ilícitas.

Além desta Comissão de Seguridade Social e Família, a matéria será apreciada, no mérito, pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio e, nos aspectos regimentais, constitucionais, jurídicos e de técnica legislativa, pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas.

É o relatório.

II - VOTO

A iniciativa do ilustre Deputado Fábio Souto merece ser louvada por sua preocupação em coibir o uso de bebidas alcóolicas, cigarros e congêneres em locais próximos a instituições de ensino.

O Projeto de Lei sob apreciação visa proibir a comercialização desses produtos em estabelecimentos ou pontos de venda localizados a menos de 500 (quinhentos) metros de escolas públicas ou particulares.

A iniciativa tem fortes justificativas. Segundo o V Levantamento Nacional sobre o Consumo de Drogas entre Estudantes do Ensino Fundamental e Médio da Rede Pública de Ensino, realizado pela Universidade Federal de São Paulo, o consumo de drogas entre os jovens não só vem aumentando, como vem se iniciando cada vez mais cedo. De acordo com o estudo, a média de idade para a ingestão da primeira dose de álcool é de 12,5 anos e de anfetamínicos (drogas que aceleram o metabolismo) é de 13,4 anos. Os jovens constituem um grupo de risco a que se deve dar especial atenção.

Além disso, como menciona o autor de forma bastante apropriada, a comercialização de bebidas alcóolicas e cigarros em estabelecimentos próximos a instituições educacionais é circunstância que estimula conflitos, agressões e acidentes de trânsito, por embriaguez, bem como cria condições favoráveis para o consumo de drogas ilícitas.

Embora o álcool e o cigarro sejam drogas legalizadas e inseridas na cultura brasileira, há restrições legais quanto à sua propaganda, sua venda e seu consumo.

A Constituição Federal, em seu art. 220, § 4º, estabelece restrições à propaganda dessas substâncias. A Lei n.º 9.254, de 1996, e o Decreto n.º 1.028, de 1º de outubro de 1996, regulamentam o assunto.

Quanto ao álcool, a Lei das Contravenções Penais, em seu art. 63, proíbe que se sirva bebida alcóolica a menor de 18 anos, aplicando-se àqueles que transgredirem a lei a pena de prisão simples de dois meses a um ano ou multa.

Ainda em relação à comercialização de bebidas e cigarros, o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n.º 8.069 de 1990), em seu art. 243, estipula detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, para quem vender, fornecer, ministrar ou entregar a criança ou adolescente produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica.

Pode-se observar, assim, que há vasta legislação sobre o assunto.

No entanto, como o ilustre autor do projeto menciona em seu relatório, é sempre pertinente a adoção de novos mecanismos legais que dificultem o acesso a produtos nocivos, especialmente por parte daqueles cidadãos que estão em processo de formação. O Projeto de Lei em questão tem esse objetivo quando procura implementar uma nova restrição, a geográfica, para a venda do álcool e do cigarro.

Sob esta ótica, portanto, não hesitamos em dar nosso apoio ao projeto e recomendar sua aprovação por este douto Colegiado.

Cumpre observar, entretanto, que apesar da propriedade da proposição, acreditamos que a distância de restrição da venda dos produtos, estabelecida no projeto, mereça ser reconsiderada.

Do ponto de vista econômico, é necessário considerar que uma grande limitação de espaço poderia tornar impraticável a comercialização de bebidas em municípios com uma pequena extensão territorial ou com um plano diretor que concentre as atividades comerciais e educacionais em uma mesma região.

Do ponto de vista da eficácia da implementação da norma, a redução do território defeso tornaria mais eficiente o trabalho de fiscalização em municípios com um elevado número de estabelecimentos e escolas.

Dessa forma, sugerimos que a distância das instituições de ensino considerada para a proibição da comercialização de bebidas e cigarros seja alterada para 100 (cem) metros.

Em face ao exposto, votamos pela aprovação do Projeto de Lei n.º 3.205 de 2004, com as duas emendas em anexo.

Sala da Comissão, em 21 de novembro de 2007.

Dep. Jorge Tadeu Mudalen
Relator

EMENDA N.º 1

Substitua-se, no caput do art. 1º do projeto, o termo “500 (quinhentos) metros” por “100 (cem) metros”.

Sala das reuniões, em 21 de novembro de 2007.

Dep. Jorge Tadeu Mudalen
Relator

EMENDA N.º 2

Dê-se à ementa do Projeto de Lei n.º 3.205, de 2004, a seguinte redação:

Regulamenta a comercialização, no Território Nacional, de bebidas alcóolicas, cigarros e congêneres em estabelecimentos ou pontos de venda localizados a menos de 100 (cem) metros de escolas públicas ou particulares.

Sala das reuniões, em 21 de novembro de 2007.

Dep. Jorge Tadeu Mudalen

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Seguridade Social e Família, em reunião extraordinária realizada hoje, aprovou unanimemente, com emendas o Projeto de Lei nº 3.205/2004, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Jorge Tadeu Mudalen.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Jorge Tadeu Mudalen - Presidente, Armando Abílio, Arnaldo Faria de Sá, Chico D'Angelo, Cida Diogo, Dr. Talmir, Eduardo Amorim, Eduardo Barbosa, Germano Bonow, Jô Moraes, Jofran Frejat, José Linhares, Mário Heringer, Maurício Trindade, Neilton Mulim, Pepe Vargas, Raimundo Gomes de Matos, Roberto Britto, Solange Almeida, Angela Portela, Antonio Bulhões, Efraim Filho, Geraldo Thadeu, Guilherme Menezes, Íris de Araújo, Leandro Sampaio, Nazareno Fonteles, Simão Sessim e Vital do Rêgo Filho.

Sala da Comissão, em 5 de dezembro de 2007.

Deputado JORGE TADEU MUDALEN
Presidente

PROJETO DE LEI N.º 4.980, DE 2013

(Do Sr. Marçal Filho)

Altera o art. 4º da 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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1171/2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a obrigatoriedade de ***inclusão de imagens*** ou ***figuras que mostrem graves acidentes de trânsito causados pela bebida alcoólica*** ao final das propagandas comerciais e nos rótulos de suas embalagens.

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

"Art. 4º.....

.....

§2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência falada e escrita e acompanhada de imagens ***ou figuras de graves acidentes de trânsito resultante do uso de bebida alcoólica.***

Art. 3º O artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos §§3º e 4º com a seguinte redação:

"Art. 4º.....

.....

§ 3º *O Ministério da Saúde fará a escolha das ilustrações, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa.*

§ 4º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão *imagens ou figuras de graves acidentes de trânsito e* advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 4º Esta Lei entra em vigor sessenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O número de acidentes de trânsito com vítimas associados ao consumo de álcool está em crescimento no Brasil. Os dados do Relatório Brasileiro sobre Drogas da Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas mostram que, em âmbito nacional, esse tipo de acidente subiu de 498 ocorrências em 2004 para 1.909 acidentes em 2007.

São números alarmantes que evidenciam um crescimento exponencial da insegurança nas rodovias brasileiras em decorrência da combinação de bebidas alcoólicas e direção, com prejuízos irreparáveis tanto para as famílias quanto para a sociedade.

Esse quadro mostra que as políticas públicas atuais de combate ao uso inadequado de bebidas alcoólicas não estão logrando sucesso na conscientização da população em relação aos perigos desse hábito cada vez mais frequente no Brasil.

Assim, entendemos que o histórico de sucesso das políticas públicas de combate ao tabagismo que obrigaram a inserção de imagens chocantes nas embalagens de cigarros deve e pode ser aplicada no caso das bebidas alcoólicas.

Este projeto de lei, portanto, torna obrigatória a inclusão de imagens com **graves acidentes de trânsito** ao final das propagandas de bebidas alcoólicas associada com advertências faladas e escritas assim como no rótulo de suas embalagens.

Com isso, esperamos contribuir para a redução das estatísticas de acidentes de trânsito ocasionados por ingestão de álcool por parte dos motoristas.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres Parlamentares desta Casa para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 19 de fevereiro de 2013.

Deputado Marçal Filho
PMDB/MS

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 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. 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)

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.003, DE 2013

(Do Sr. José Rocha)

Altera a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, que dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor e dá outras providências, para regular a venda de bebidas alcóolicas nos estádios e arenas desportivas.

DESPACHO:
APENSE-SE (AO PL 3497/1997.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Este projeto de lei tem por objetivo regular a venda e o consumo de bebidas alcóolicas nas arenas e estádios esportivos.

Art. 2º A Lei n.º 10.671, de 15 de maio de 2003, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

“Art. 28-A A venda e o consumo de bebidas alcóolicas, em recintos esportivos são admitidos exclusivamente:

I – Em bares, lanchonetes, camarotes e áreas VIP;

II – Antes do início, durante os períodos de intervalo e após o

término das partidas;

III – Em copos ou garrafas plásticas.

Parágrafo único. As restrições impostas nos incisos II e III não se aplicam à venda e ao consumo de bebidas alcóolicas em áreas de acesso exclusivo, tais como camarotes e áreas VIP.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcóolicas em espetáculos esportivos é matéria polêmica ainda não resolvida definitivamente na legislação federal.

A Lei n.º 10.671, de 2003, mais conhecida como o Estatuto de Defesa do Torcedor, não proíbe explicitamente a venda e o consumo de bebidas alcóolicas nos recintos esportivos. A proibição constante do art. 13-A, inciso II, dessa Lei, refere-se ao porte de objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência. Esse artigo não proíbe o consumo de bebidas alcóolicas, mas, sim, por exemplo, o porte de bebidas acondicionadas em garrafas de vidro, que podem ser utilizadas para a prática de atos de violência.

Atualmente a proibição da venda e do consumo de bebidas alcóolicas tem sido feita por meio de leis estaduais, como matéria de segurança, ou por meio de regras de competição estabelecidas pelas entidades desportivas organizadoras desses eventos.

Este projeto de lei tem por objetivo propor uma solução alternativa à simples liberação ou proibição da venda e do consumo de bebidas alcóolicas nos estádios e arenas desportivas. Trata de impor restrições quanto ao lugar, ao momento e à forma para a venda e o consumo desses produtos. Isto posto, sugerimos que a venda e o consumo de bebidas alcóolicas em recintos esportivos sejam admitidos exclusivamente:

a) em bares, lanchonetes, camarotes e áreas VIP;

b) antes do início, durante os períodos de intervalo e após o término das partidas;

c) em copos ou garrafas plásticas.

Além disso, entendemos que não há necessidade de que as restrições impostas nos itens “a” e “b” sejam aplicadas em áreas de acesso exclusivo, tais como camarotes e áreas VIP, onde o público é pequeno e, portanto, mais fácil de ser controlado.

Diante da proximidade de eventos esportivos internacionais de grande porte no Brasil, entendemos que urge levar à legislação federal uma solução equilibrada para o encerramento dessa polêmica. Conto com o apoio dos nobres colegas para aprova-la.

Sala das Sessões, em 20 de fevereiro de 2013.

DEPUTADO JOSÉ ROCHA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 10.671, DE 15 DE MAIO DE 2003

Dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO IV
DA SEGURANÇA DO TORCEDOR PARTÍCIPE DO EVENTO ESPORTIVO

Art. 13. O torcedor tem direito a segurança nos locais onde são realizados os eventos esportivos antes, durante e após a realização das partidas.

Parágrafo único. Será assegurado acessibilidade ao torcedor portador de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 13-A. São condições de acesso e permanência do torcedor no recinto esportivo, sem prejuízo de outras condições previstas em lei: *(Artigo acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

I - estar na posse de ingresso válido; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

II - não portar objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

III - consentir com a revista pessoal de prevenção e segurança; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

IV - não portar ou ostentar cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, inclusive de caráter racista ou xenófobo; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

V - não entoar cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

VI - não arremessar objetos, de qualquer natureza, no interior do recinto esportivo; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

VII - não portar ou utilizar fogos de artifício ou quaisquer outros engenhos pirotécnicos ou produtores de efeitos análogos; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

VIII - não incitar e não praticar atos de violência no estádio, qualquer que seja a sua natureza; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

IX - não invadir e não incitar a invasão, de qualquer forma, da área restrita aos competidores; *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

X - não utilizar bandeiras, inclusive com mastro de bambu ou similares, para outros fins que não o da manifestação festiva e amigável. *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.663, de 5/6/2012)*

Parágrafo único. O não cumprimento das condições estabelecidas neste artigo implicará a impossibilidade de ingresso do torcedor ao recinto esportivo, ou, se for o caso, o seu afastamento imediato do recinto, sem prejuízo de outras sanções administrativas, civis ou penais eventualmente cabíveis. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 12.299, de 27/7/2010)*

.....

CAPÍTULO VII
DA ALIMENTAÇÃO E DA HIGIENE

Art. 28. O torcedor partícipe tem direito à higiene e à qualidade das instalações físicas dos estádios e dos produtos alimentícios vendidos no local.

§ 1º O Poder Público, por meio de seus órgãos de vigilância sanitária, verificará o cumprimento do disposto neste artigo, na forma da legislação em vigor.

§ 2º É vedado impor preços excessivos ou aumentar sem justa causa os preços dos produtos alimentícios comercializados no local de realização do evento esportivo.

Art. 29. É direito do torcedor partícipe que os estádios possuam sanitários em número compatível com sua capacidade de público, em plenas condições de limpeza e funcionamento.

Parágrafo único. Os laudos de que trata o art. 23 deverão aferir o número de sanitários em condições de uso e emitir parecer sobre a sua compatibilidade com a capacidade de público do estádio.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.050, DE 2013

(Do Sr. Reinaldo Azambuja)

Acrescenta o art. 4º-B à 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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1171/2003.

Art. 1º A Lei nº à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do art. 4°-B, com a seguinte redação:

Art. 4º-B. Todo e qualquer vasilhame de bebidas alcoólicas destinadas à venda ao consumidor deverá trazer, de forma ostensiva, fotografias de acidentes automobilísticos, com a advertência dos malefícios da combinação álcool-volante, devendo variar no máximo a cada cinco meses.

Parágrafo único. A norma aplica-se, também, às propagandas televisivas.

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

JUSTIFICAÇÃO

A norma em questão tem a finalidade didático-intimidativa, a exemplo das propagandas de produtos fumígeros, com o desiderato de contribuir para a diminuição dos acidentes automobilísticos no País, ocasionados pela ingestão de bebidas alcoólicas.

A matéria aqui tratada não ofende nenhum direito à livre iniciativa, porquanto, a propaganda continuará da mesma forma, porém, com a advertência impactante, demonstrada pelas fotos de acidentes automobilísticos.

Acredita-se que não haverá aumento de custos de produção, vez que, a impressão das fotos substituirá as já existentes nos vasilhames.

É dever do Poder Público zelar pela segurança da população e um dos meios de fazê-lo é a propaganda com conteúdo de advertência quanto aos males que a combinação álcool-volante ocasiona às famílias, à sociedade e aos cofres públicos, como é o desiderato desta lei.

Porém, não é só o Poder Público. As empresas que exploram o ramo de bebidas alcoólicas têm responsabilidades sociais e, bem por isto, devem contribuir para a mitigação dos efeitos que os seus produtos ocasionam, como é o caso de acidentes automobilísticos.

As estatísticas são as provas mais eloquentes da necessidade da massificação de propagandas desse jaez.

As consequências da bebida alcoólica em acidentes falam por si mesmas, dispensando, quaisquer outras justificativas.

Está comprovado cientificamente que o álcool afeta o raciocínio, o que acaba influindo em maior número de acidentes de trânsito.

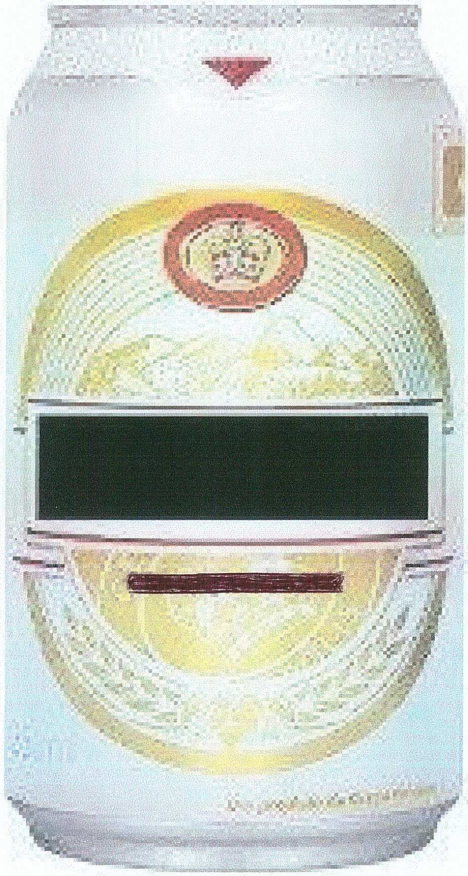
Pela importância da proposta e seu alcance social é esperado apoio dos senhores deputados.

Sala de Sessões, em 27 de fevereiro de 2013.

Reinaldo Azambuja
Deputado Federal
PSDB/MS

PROJETO DE LEI Nº _____, 2013

FRENTE



VERSO



LEI Nº 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. 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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.124, DE 2013

(Do Sr. Aureo)

Altera a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - Lei Rouanet - para obrigar os beneficiários de recursos a veicularem propaganda sobre os riscos do consumo de cigarros, de bebidas alcoólicas e drogas afins.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 1722/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga os beneficiários de recursos decorrentes da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e dá outras providências, a veicular propaganda sobre os riscos do consumo de cigarros, de bebidas alcoólicas e drogas afins.

Art. 2º A Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 35-A:

> "Art. 35-A. Os beneficiários de recursos decorrentes desta Lei ficam obrigados a veicular propaganda sobre os riscos do consumo de cigarros, de bebidas alcoólicas e drogas afins, conforme regulamentação da autoridade sanitária federal."

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313 de 1991), conhecida por "Lei Rouanet", institui politicas públicas para a cultura nacional, destacando-se, entre outras atividades de fomento, a politica de incentivos fiscais que possibilita as empresas (pessoas jurídicas) e cidadãos (pessoa física) aplicarem uma parte do imposto de renda devido em ações culturais.

Tal incentivo permitiu que em 2008 fossem investidos em cultura, segundo o MinC (Ministério da Cultura) mais de R$ 1 bilhão.

Essa considerável soma de recursos que deixa de ser arrecadada pela União deve proporcionar o fortalecimento das atividades culturais

do País, mas também deve contribuir para a educação do cidadão em questões relevantes para sua saúde, como as relacionadas ao consumo de cigarro, bebidas alcoólicas e drogas.

Os comportamentos associados a esses fatores de risco estão na raiz de sérios problemas de saúde pública no Brasil, incluindo o homicídio, a violência doméstica e os acidentes de trânsito, além das graves consequências para a saúde dos usuários e de seus familiares.

Desse modo, considero relevante que todos os beneficiários de recursos da referida Lei tenham a obrigação de veicular propaganda sobre os temas destacados, seguindo a orientação da autoridade sanitária federal. Para tanto, solicito o apoio dos nobres Pares para aprovar a proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 12 de março de 2013.

Deputado AUREO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.313, DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991

Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC e dá outras Providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO V
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 35. Os recursos destinados ao então Fundo de Promoção Cultural, nos termos do artigo 1º, § 6º, da Lei nº 7.505, de 02 de julho de 1986, serão recolhidos ao Tesouro Nacional para aplicação pelo FNC, observada a sua finalidade.

Art. 36. O Departamento da Receita Federal, do Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento, no exercício de suas atribuições específicas, fiscalizará a efetiva execução desta Lei, no que se refere à aplicação de incentivos fiscais nela previstos.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.125, DE 2013

(Do Sr. Aureo)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, determinando a impressão de imagem de acidente de trânsito e da mensagem "Se for dirigir, não beba" nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas enlatadas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 1171/2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal", determinando a impressão de imagem de acidente de trânsito e da mensagem "Se for dirigir, não beba" nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas enlatadas.

Art. 2º Adite-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o seguinte art. 4º-B:

"Art. 4º-B Os rótulos das embalagens das bebidas enlatadas com teor alcoólico superior a um grau Gay Lussac deverão ser impressos com imagem de acidente de trânsito e a mensagem ´Se for dirigir, não beba´

Parágrafo único. A imagem e a mensagem de que trata o *caput* deverão ser impressas de forma destacada no rótulo da embalagem".

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Nos últimos anos, a relação entre violência no trânsito e consumo do álcool tem sido objeto de intensos estudos por parte de autoridades públicas e especialistas da área de saúde. Na esteira dessa tendência, em fevereiro de 2013, a Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde divulgou relatório que apresenta informações esclarecedoras a respeito da matéria.

O estudo revela que uma em cada cinco vítimas de trânsito atendidas em 2011 em 71 hospitais que realizam atendimentos de urgência e emergência pelo SUS havia ingerido bebida alcoólica previamente à ocorrência do acidente. Ao apresentar a pesquisa, o Ministro da Saúde conclamou autoridades públicas federais, estaduais e municipais a adotarem ações complementares no sentido de conscientizar os motoristas sobre os riscos da perigosa combinação entre álcool e direção.

Em alinhamento a essa diretriz, elaboramos o presente projeto com o objetivo de obrigar os fabricantes de bebidas alcoólicas enlatadas a inserir no invólucro do produto fotografia com imagem de acidente de trânsito, acompanhada da mensagem “Se for dirigir, não beba”. A proposta é inspirada na bem sucedida experiência da Lei Murad, que instituiu a obrigatoriedade da impressão, nas embalagens dos produtos fumígeros, de imagens e mensagens de alerta sobre os malefícios do uso do tabaco.

O projeto representa uma importante contribuição desta Casa para desestimular a ingestão de álcool pelos motoristas, em adição a outras importantes ações que vêm sendo adotadas pelo Poder Público para reduzir a violência no trânsito, como a aprovação da Lei Seca, em 2008. Em conjunto, tais medidas, além de concorrerem para reduzir o enorme montante de recursos públicos destinados anualmente ao tratamento e à assistência dos acidentados de trânsito e seus familiares, também contribuirão para evitar a dor e o sofrimento das potenciais vítimas da criminosa associação entre bebida e automóvel.

Em virtude da relevância da matéria tratada, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares para a célere aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 12 de março de 2013.

Deputado AUREO

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 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. 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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.292, DE 2013

(Do Sr. Paulo Wagner)

Proíbe a venda de produtos derivados do tabaco nos estabelecimentos comerciais que não sejam específicos para esse fim e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-290/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proibição da venda de produtos derivados do tabaco nos estabelecimentos comerciais que não sejam específicos para esse fim.

Art. 2º Fica proibida a venda de produtos derivados do tabaco nos estabelecimentos comerciais cuja atividade econômica cadastrada na Secretaria da Receita Federal não seja exclusivamente destinada a sua comercialização.

Art. 3º Os estabelecimentos que comercializarem os produtos de que trata esta Lei não poderão estar localizados dentro de outros estabelecimentos comerciais.

Art. 4º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator à multa e interdição do estabelecimento, na forma do regulamento.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A proposição que apresento a esta Casa objetiva proibir a venda de derivados do tabaco em estabelecimentos comerciais em geral, permitindo apenas naqueles cujo fim exclusivo seja a venda de tais produtos (como tabacarias). Mesmo estes não poderão vender esses produtos quando localizados dentro de outros estabelecimentos, como shopping centers.

O projeto também prevê multa e interdição do estabelecimento em caso de descumprimento da Lei, para que a medida tenha consequências.

Pretendo com essa proposição aprofundar as medidas de controle contra o tabaco em nosso País que, apesar do sucesso obtido pela legislação contra propaganda do cigarro produzida pelo Congresso, ainda enfrenta graves problemas de saúde publica decorrentes dos malefícios do tabaco, como o câncer de pulmão e de laringe.

A valorização à vida precisa estar acima das políticas de interesse econômico. Vários países estão adotando medidas mais restritivas em relação ao consumo do tabaco, como o Reino Unido, Austrália e Escócia (este país pretende reduzir a população de fumantes a 5% até 2034).

É chegado o momento de o Brasil ampliar sua estratégia de controle, de modo que solicito o apoio dos ilustres Pares para aprovar a proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 3 de abril de 2013.

Deputado Paulo Wagner

PROJETO DE LEI N.º 5.502, DE 2013
(Do Senado Federal)

PLS Nº 508/2011
OFÍCIO Nº 1064/13 (SF)

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para tornar crime vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar bebida alcoólica a criança ou adolescente; e revoga o inciso I do art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais).

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 6869/2010.

O **CONGRESSO NACIONAL** DECRETA:

Art. 1º O art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), passa a vigorar com a seguinte redação:

> "Art. 243. Vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar, ainda que gratuitamente, de qualquer forma, a criança ou adolescente, bebida alcoólica ou, sem justa causa, outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica:
>
> Pena – detenção, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave." (NR)

Art. 2º A Lei nº 8.069, de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 258-C:

> "Art. 258-C. Descumprir a proibição estabelecida no inciso II do art. 81:
>
> Pena – multa de R$ 3.000,00 (três mil reais) a R$ 10.000,00 (dez mil reais).
>
> Medida Administrativa – interdição do estabelecimento comercial até o recolhimento da multa aplicada."

Art. 3º Revoga-se o inciso I do art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais).

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

Senado Federal, em 3 de maio de 2013.

Senador Renan Calheiros
Presidente do Senado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou adolescente de:
I - armas, munições e explosivos;
II - bebidas alcoólicas;
III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V - revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 258-B. Deixar o médico, enfermeiro ou dirigente de estabelecimento de atenção à saúde de gestante de efetuar imediato encaminhamento à autoridade judiciária de caso de que tenha conhecimento de mãe ou gestante interessada em entregar seu filho para adoção:

Pena - multa de R$ 1.000,00 (mil reais) a R$ 3.000,00 (três mil reais).

Parágrafo único. Incorre na mesma pena o funcionário de programa oficial ou comunitário destinado à garantia do direito à convivência familiar que deixa de efetuar a comunicação referida no *caput* deste artigo. *(Artigo acrescido pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009)*

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 259. A União, no prazo de noventa dias contados da publicação deste Estatuto, elaborará projeto de lei dispondo sobre a criação ou adaptação de seus órgãos às diretrizes da política de atendimento fixados no art. 88 e ao que estabelece o Título V do Livro II.

Parágrafo único. Compete aos Estados Municípios promoverem a adaptação de seus órgãos e programas às diretrizes e princípios estabelecidos nesta lei.

.....
.....

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

O Presidente da República, usando das atribuições que lhe confere o artigo 180 da Constituição,

DECRETA:

LEI DAS CONTRAVENçõES PENAIS

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de dezoito anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de frequentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de dois meses a um ano, ou multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

Pena - prisão simples, de dez dias a um mês, ou multa, de cem a quinhentos mil réis.

§ 1º Na mesma pena incorre aquele que, embora para fins didáticos ou científicos, realiza em lugar público ou exposto ao publico, experiência dolorosa ou cruel em animal vivo.

§ 2º Aplica-se a pena com aumento de metade, se o animal é submetido a trabalho excessivo ou tratado com crueldade, em exibição ou espetáculo público.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.921, DE 2013

(Do Sr. Dr. Jorge Silva)

Proíbe a comercialização de derivados do tabaco que produzam fumaça alcalina.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-6869/2010.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibida em todo o território nacional a comercialização de produtos derivados do tabaco que produzam fumaça alcalina.

Parágrafo único. Define-se como fumaça alcalina a que apresente pH (potencial hidrogeniônico) acima de 7.

Art.2º O descumprimento do disposto no art. anterior configura infração sanitária, nos termos da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977.

Art. 3º Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Desde que o hábito de fumar foi relacionado sem possibilidade de erro ao aumento da incidência de numerosos tipos de cânceres, além de doenças respiratórias e circulatórias, entre outras, as autoridades de saúde de todo o mundo têm empreendido esforços para banir o tabagismo. Não por acaso a Convenção Quadro para Controle do Tabaco, aprovada por unanimidade em 2003, durante a 56ª Assembleia da Organização Mundial da Saúde (OMS), da qual o Brasil é signatário, foi o primeiro tratado internacional sobre saúde pública.

As medidas empregadas para inibir o consumo de cigarros e outros derivados do tabaco são bastante conhecidas: campanhas de conscientização e divulgação, restrição dos espaços em que se pode fumar, proibição de publicidade, proibição da venda a menores de dezoito anos.

Entretanto, mesmo sendo os malefícios do fumo de conhecimento geral, grande número de pessoas não consegue abandonar o hábito.

O motivo é bastante simples: não se trata de um hábito, mas de um vício.

A nicotina, fato que não é refutado, nem haveria como, pelas empresas fabricantes de cigarros, é uma droga poderosíssima, que age sobre o sistema mesolímbico, os neurônios dopaminérgicos do Nigro estriado e o núcleos acumbens desencadeando grande liberação de dopamina que produz sensação de euforia e prazer. O processo farmacológico é muito semelhante aos da cocaína e da heroína, com o mesmo efeito de criação de dependência psíquica e física.

Dessa forma, quanto mais nicotina for disponibilizada ao fumante, mais rapidamente ele se torna dependente da droga. A quantidade de nicotina absorvida ao fumar depende de dois fatores: primeiro, obviamente, da concentração de nicotina existente no tabaco. Segundo, não tão óbvio, do pH do tabaco e consequentemente da fumaça.

O pH ou potencial hidrogeniônico, expresso em número absoluto entre 1 e 14, é uma medida de acidez ou alcalinidade. O pH 7 traduz uma solução ou substância neutra; pH abaixo de 7 é ácido e superior a 7 básico ou alcalino.

Pois bem: a absorção da nicotina depende de seu estado químico: se ionizada, como se apresenta em meio ácido, é dificilmente absorvida pelas membranas biológicas, como a mucosa oral. Se em meio alcalino, perde um próton e se torna eletricamente neutra, muito mais absorvível. A partir do pH 7 a curva de absorção da nicotina flexiona de forma intensa, atingindo o máximo por volta do pH 9.

Trocando em miúdos, cigarros, charutos ou qualquer outra espécie de produto derivado do tabaco que gere fumaça alcalina resulta em absorção mais intensa e mais rápida da nicotina, com o aumento correspondente em seus efeitos. Eis porque apresentamos o presente projeto de lei visando a proibir a comercialização desses produtos.

É necessário esclarecer que nossa iniciativa não é inédita nesta casa. O Projeto de Lei nº 3.486, de 2004, apresentado pelo então deputado Amauri Gasques, chegou a ser aprovado pelas Comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio e de Seguridade Social e Família, porém infelizmente findou por ser arquivado.

Plenamente convicto do mérito da proposição, submeto-a

novamente aos nobres pares, certo de obter os votos necessários para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 10 de julho de 2013.

Deputado DR. JORGE SILVA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA ,

Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;
II - multa;
III - apreensão de produto;
IV - inutilização de produto;
V - interdição de produto;
VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;
VII - cancelamento de registro de produto;
VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;
IX - proibição de propaganda; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera. *(Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
XII - imposição de mensagem retificadora; *(Inciso acrescido Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

XIII - suspensão de propaganda e publicidade. *(Inciso acrescido Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais). *(Primitivo § 1º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998 e renumerado com nova redação dada Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência. (*Primitivo § 1º-B acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998 e renumerado Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator. *(Primitivo § 1º-D acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998 e renumerado Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.927, DE 2013

(Do Sr. Fábio Souto)

Altera a redação do caput e do § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e lhe acrescenta o § 8º, para proibir qualquer propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3089/2000.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação do *caput* e do § 3º do art. 3º da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, e lhe acrescenta o § 8º, para proibir qualquer propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda.

Art. 2º O art. 3º da Lei n° 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, passa a vigorar com a seguinte redação.

"*Art. 3º É vedado, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda.* (NR)"

Art. 3º O § 3º do art. 3º da Lei n° 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, passa a vigorar com a seguinte redação.

"Art. 3º .....

.....

§ 1º .....

.....

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o painel referido no § 8º deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (NR)*"*

Art. 4º O art. 3º da Lei n° 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, passa a vigorar acrescido do seguinte § 8º.

"Art. 3º .....

.....

§ 1º .....

.....

§ 8º Nos locais de venda, os produtos referidos no caput *deverão estar estocados em local não visível ao público, sendo permitida tão somente a exposição de painel na parte interna dos locais de venda indicando a*

existência desses produtos para comercialização, com texto, dimensões e demais características a serem definidos em regulamento, devendo o painel ser obrigatoriamente acompanhado 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."

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Desde 27 de dezembro de 2000, por força da Lei n° 10.167, a publicidade de cigarros e outros produtos fumígenos está restrita à parte interna dos pontos de venda. Posteriormente, a Lei n° 12.546, de 2011, alterou novamente essas regras, estabelecendo que a propaganda desses produtos nos locais de venda deveria ser acompanhada das cláusulas de advertência sobre os malefícios do cigarro previstas em Lei.

Como podemos ver, neste espaço de tempo entre a promulgação da legislação que restringe a publicidade de cigarros, ocorrida em julho de 1996, e os dias atuais, houve diversos avanços, que restringiram ainda mais as atividades de marketing do setor. A maior das conquistas do período foi, sem dúvida, a proibição completa da propaganda de cigarros nos meios de comunicação, algo salutar nas políticas de combate ao fumo no Brasil.

Contudo, a indústria do cigarro contra-atacou, criando novas estratégias de marketing que incluíram, primordialmente, a ampliação do número de pontos de venda e, consequentemente, um aumento significativo da propaganda de tabaco nesses estabelecimentos, aproveitando-se das brechas geradas pelas Leis 10.167/2000 e 12.546/2011. Hoje, centenas de milhares de supermercados, padarias, lojas de conveniência, bancas de jornal e outros estabelecimentos comercializam cigarros e exibem, indiscriminadamente, pôsteres com publicidade desses produtos. Há ainda os postos de venda itinerantes ou temporários, estrategicamente instalados em eventos culturais e esportivos de grande apelo popular, o que amplia significativamente a exposição das marcas produtoras de derivados do tabaco.

Pesquisa realizada pelo instituto Datafolha em 2008, em parceria com a Aliança de Controle do Tabagismo, mostra o quanto esta nova estratégia de propaganda em pontos de venda é danosa. Os dados, coletados em

seis capitais, revelam que entre jovens de 12 a 22 anos, 79% veem cigarros à venda em padarias, 71% nos supermercados e 58% nos bares. Para 71% dos entrevistados, essa exposição é considerada um fator que influencia na decisão de se começar a fumar. O potencial devastador desse tipo de marketing é maximizado pela localização estratégica dos maços de cigarro e dos displays de exposição próximo a produtos de grande apelo junto a crianças – balas e doces nos supermercados e padarias; álbuns de figurinhas e gibis nas bancas de jornal; e até mesmo próximo a brinquedos e DVDs infantis em lojas de conveniência.

Para debelar este problema de uma vez por todas, apresentamos o presente Projeto de Lei, que altera a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, para proibir qualquer propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, inclusive nos locais de venda. Além disso, nossa proposição estabelece que os maços de cigarro devam ser estocados, nos pontos de venda, em local não visível ao público.

Com a certeza da conveniência e oportunidade da presente proposição, conclamamos o apoio dos nobres parlamentares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 10 de julho de 2013.

Deputado FÁBIO SOUTO

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 Nº 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. 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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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".

.....

.....

DECRETO Nº 7.660, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2011

Aprova a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV da Constituição, e tendo em vista o disposto nos incisos I e II do caput do art. 4º do Decreto-Lei nº 1.199, de 27 de dezembro de 1971, no Decreto nº 2.376, de 12 de novembro de 1997, no inciso XIX do caput do art. 2º do Decreto nº 4.732, de 10 de junho de 2003, e na Resolução Camex nº 94, de 8 de dezembro de 2011,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovada a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI anexa a este Decreto.

Art. 2º A TIPI aprovada por este Decreto tem por base a Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM.

Art. 3º A NCM constitui a Nomenclatura Brasileira de Mercadorias baseada no Sistema Harmonizado - NBM/SH para todos os efeitos previstos no art. 2º do Decreto-Lei nº 1.154, de 1º de março de 1971.

Art. 4º Fica a Secretaria da Receita Federal do Brasil autorizada a adequar a TIPI, sempre que não implicar alteração de alíquota, em decorrência de alterações promovidas na NCM pela Câmara de Comércio Exterior - CAMEX.

Parágrafo único. Aplica-se ao ato de adequação referido no caput o disposto no inciso I do caput do art. 106 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966, Código Tributário Nacional - CTN.

Art. 5º A Tabela anexa ao Decreto nº 4.070, de 28 de dezembro de 2001, aplica-se exclusivamente para fins do disposto no art. 7º da Lei nº 10.451, de 10 de maio de 2002.

Art. 6º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir de 1º de janeiro de 2012.

Art. 7º Ficam revogados, a partir de 1º de janeiro de 2012:
I - os arts. 10, 14 e 15 do Decreto nº 7.567, de 15 de setembro de 2011;
II - os arts. 3º a 5º do Decreto nº 7.604, de 10 de novembro de 2011;
III - o Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006;
IV - o Decreto nº 6.024, de 22 de janeiro de 2007;
V - o Decreto nº 6.072, de 3 de abril de 2007;
VI - o Decreto nº 6.184, de 13 de agosto de 2007;
VII - o Decreto nº 6.225, de 4 de outubro de 2007;
VIII - o Decreto nº 6.227, de 8 de outubro de 2007;
IX - o Decreto nº 6.455, de 12 de maio de 2008;
X - o Decreto nº 6.465, de 27 de maio de 2008;
XI - o Decreto nº 6.501, de 2 de julho de 2008;
XII - o Decreto nº 6.520, de 30 de julho de 2008;
XIII - o Decreto nº 6.588, de 1o de outubro de 2008;
XIV - o Decreto nº 6.677, de 5 de dezembro de 2008;
XV - o Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008;
XVI - o Decreto nº 6.696, de 17 de dezembro de 2008;
XVII - o Decreto nº 6.723, de 30 de dezembro de 2008;
XVIII - o Decreto nº 6.743, de 15 de janeiro de 2009;
XIX - o Decreto nº 6.809, de 30 de março de 2009;
XX - o Decreto nº 6.890, de 29 de junho de 2009;
XXI - o Decreto nº 6.905, de 20 de julho de 2009;
XXII - o Decreto nº 6.996, de 30 de outubro de 2009;
XXIII - o Decreto nº 7.017, de 26 de novembro de 2009;
XXIV - o Decreto nº 7.032, de 14 de dezembro de 2009;
XXV - o Decreto nº 7.060 de 30 de dezembro de 2009;
XXVI - o Decreto nº 7.145, de 30 de março de 2010;
XXVII - o Decreto nº 7.394, de 15 de dezembro de 2010;
XXVIII - o Decreto nº 7.437, de 10 de fevereiro de 2011;
XXIX - Decreto nº 7.541, de 2 de agosto de 2011;
XXX - Decreto nº 7.542, de 2 de agosto de 2011;
XXXI - Decreto nº 7.543, de 2 de agosto de 2011;
XXXII - Decreto nº 7.614, de 17 de novembro de 2011; e
XXXIII - Decreto nº 7.631, de 1º de dezembro de 2011.

Brasília, 23 de dezembro de 2011; 190º da Independência e 123º da República.

DILMA ROUSSEFF
Guido Mantega

.....

SEÇÃO IV
PRODUTOS DAS INDÚSTRIAS ALIMENTARES;
BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOÓLICOS E VINAGRES;
TABACO E SEUS SUCEDÂNEOS MANUFATURADOS

.....

CAPÍTULO 24
TABACO E SEUS SUCEDÂNEOS MANUFATURADOS

Nota.
1.- O presente Capítulo não compreende os cigarros medicamentosos (Capítulo 30).
Nota de subposição.
1.- Na acepção da subposição 2403.11, a expressão "tabaco para narguilé (cachimbo de água)" refere-se ao tabaco próprio para ser fumado num narguilé (cachimbo de água) e que consiste numa mistura de tabaco e de glicerol, mesmo que contenha óleos e extratos aromáticos, melaços ou açúcar e mesmo aromatizado com frutas. Todavia, os produtos para serem fumados num narguilé (cachimbo de água), que não contenham tabaco, estão excluídos da presente subposição.
Nota Complementar (NC) da TIPI

NC (24-1) Nos termos do disposto na alínea "b" do § 2º do art. 1º da Lei nº 7.798, de 10 de julho de 1989, com suas posteriores alterações, as saídas dos estabelecimentos industriais ou equiparados a industrial de fumo picado, desfiado, migado ou em pó, não destinado a cachimbos, e o fumo em corda ou em rolo, classificados no código 2403.1, ficam sujeitos ao imposto de cinqüenta centavos por quilograma.
O disposto nesta NC não se aplica às operações de venda de fumo em corda ou em rolo destinada a estabelecimento industrial beneficiador do produto.

NCM	DESCRIÇÃO	ALÍQUOTA (%)
24.01	**Tabaco não manufaturado; desperdícios de tabaco.**	
2401.10	- Tabaco não destalado	
2401.10.10	Em folhas, sem secar nem fermentar	NT
2401.10.20	Em folhas secas ou fermentadas tipo capeiro	NT
2401.10.30	Em folhas secas em secador de ar quente (*flue cured*), do tipo Virgínia	NT
2401.10.40	Em folhas secas, com um conteúdo de óleos voláteis superior a 0,2 %, em peso, do tipo turco	NT
2401.10.90	Outros	NT
2401.20	- Tabaco total ou parcialmente destalado	
2401.20.10	Em folhas, sem secar nem fermentar	30
2401.20.20	Em folhas secas ou fermentadas tipo capeiro	30
2401.20.30	Em folhas secas em secador de ar quente (*flue cured*), do tipo Virgínia	30
2401.20.40	Em folhas secas (*light air cured*), do tipo Burley	30
2401.20.90	Outros	30
2401.30.00	- Desperdícios de tabaco	NT
24.02	**Charutos, cigarrilhas e cigarros, de tabaco ou dos seus sucedâneos.**	
2402.10.00	- Charutos e cigarrilhas, que contenham tabaco	30

	Ex 01 - Cigarrillhas	300
2402.20.00	- Cigarros que contenham tabaco	300
	Ex 01 - Feitos à mão	30
2402.90.00	- Outros	30
	Ex 01 - Cigarros não contendo fumo (tabaco), exceto os feitos à mão	300
24.03	**Outros produtos de tabaco e seus sucedâneos, manufaturados; tabaco "homogeneizado" ou "reconstituído"; extratos e molhos de tabaco.**	
2403.1	- Tabaco para fumar, mesmo que contenha sucedâneos de tabaco em qualquer proporção:	
2403.11.00	-- Tabaco para narguilé (cachimbo de água) mencionado na Nota 1 de subposição do presente Capítulo	30
2403.19.00	-- Outros	30
2403.9	- Outros:	
2403.91.00	-- Tabaco "homogeneizado" ou "reconstituído"	30
2403.99	-- Outros	
2403.99.10	Extratos e molhos	30
2403.99.90	Outros	30

.....
.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

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 fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º .....
.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. "(NR)

"Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pósteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (NR)

§ 1º.....
.....

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; (NR)

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (NR)
.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta ultima hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses." (NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising , nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricantes, sem recomendação de consumo. "

"Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígeneos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. "

"Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela

divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transporte do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO) "

Art. 2º. (VETADO)

Art. 3º. (VETADO)

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

Brasília, 27 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Gregori
Pedro Malan
Marcus Vinicius Pratini de Moraes
José Serra
Benjamin Benzaquen Sicsú
Martus Tavares
Pimenta da Veiga

LEI Nº 12.546, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2011

Institui o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra); dispõe sobre a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) à indústria automotiva; altera a incidência das contribuições previdenciárias devidas pelas empresas que menciona; altera as Leis nº 11.774, de 17 de setembro de 2008, nº 11.033, de 21 de

dezembro de 2004, nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, nº 10.865, de 30 de abril de 2004, nº 11.508, de 20 de julho de 2007, nº 7.291, de 19 de dezembro de 1984, nº 11.491, de 20 de junho de 2007, nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, e nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e a Medida Provisória nº 2.199-14, de 24 de agosto de 2001; revoga o art. 1º da Lei nº 11.529, de 22 de outubro de 2007, e o art. 6º do Decreto-Lei nº 1.593, de 21 de dezembro de 1977, nos termos que especifica; e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º É instituído o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra), com o objetivo de reintegrar valores referentes a custos tributários federais residuais existentes nas suas cadeias de produção.

Art. 2º No âmbito do Reintegra, a pessoa jurídica produtora que efetue exportação de bens manufaturados no País poderá apurar valor para fins de ressarcir parcial ou integralmente o resíduo tributário federal existente na sua cadeia de produção.

§ 1º O valor será calculado mediante a aplicação de percentual estabelecido pelo Poder Executivo sobre a receita decorrente da exportação de bens produzidos pela pessoa jurídica referida no *caput*.

§ 2º O Poder Executivo poderá fixar o percentual de que trata o § 1º entre zero e 3% (três por cento), bem como poderá diferenciar o percentual aplicável por setor econômico e tipo de atividade exercida.

§ 3º Para os efeitos deste artigo, considera-se bem manufaturado no País aquele:

I - classificado em código da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados (Tipi), aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006, relacionado em ato do Poder Executivo; e

II - cujo custo dos insumos importados não ultrapasse o limite percentual do preço de exportação, conforme definido em relação discriminada por tipo de bem, constante do ato referido no inciso I deste parágrafo.

§ 4º A pessoa jurídica utilizará o valor apurado para:

I - efetuar compensação com débitos próprios, vencidos ou vincendos, relativos a tributos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, observada a legislação específica aplicável à matéria; ou

II - solicitar seu ressarcimento em espécie, nos termos e condições estabelecidos pela Secretaria da Receita Federal do Brasil.

§ 5º Para os fins deste artigo, considera-se exportação a venda direta ao exterior ou à empresa comercial exportadora com o fim específico de exportação para o exterior.

§ 6º O disposto neste artigo não se aplica a:

I - empresa comercial exportadora; e

II - bens que tenham sido importados.

§ 7º A empresa comercial exportadora é obrigada ao recolhimento do valor atribuído à empresa produtora vendedora se:

I - revender, no mercado interno, os produtos adquiridos para exportação; ou

II - no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contado da data da emissão da nota fiscal de venda pela empresa produtora, não houver efetuado a exportação dos produtos para o exterior.

§ 8º O recolhimento do valor referido no § 7º deverá ser efetuado até o décimo dia subsequente:

I - ao da revenda no mercado interno; ou

II - ao do vencimento do prazo estabelecido para a efetivação da exportação. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)*

§ 9º O recolhimento do valor referido no § 7º deverá ser efetuado acrescido de multa de mora ou de ofício e de juros equivalentes à taxa referencial do Sistema Especial de Liquidação e de Custódia (Selic), para títulos federais, acumulada mensalmente, calculados a partir do primeiro dia do mês subsequente ao da emissão da nota fiscal de venda dos produtos para a empresa comercial exportadora até o último dia do mês anterior ao do pagamento, e de 1% (um por cento) no mês do pagamento. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)*

§ 10. As pessoas jurídicas de que tratam os arts. 11-A e 11- B da Lei nº 9.440, de 14 de março de 1997, e o art. 1º da Lei nº 9.826, de 23 de agosto de 1999, poderão requerer o Reintegra. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)*

§ 11. Do valor apurado referido no *caput*:

I - 17,84% (dezessete inteiros e oitenta e quatro centésimos por cento) corresponderão a crédito da Contribuição para o PIS/Pasep; e

II - 82,16% (oitenta e dois inteiros e dezesseis centésimos por cento) corresponderão a crédito da Cofins. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.688, de 18/7/2012)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.366, DE 2013

(Do Sr. Luiz Nishimori)

Altera o art. 2º da Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008 , para regular sobre a venda de bebidas alcoólicas em estabelecimentos de postos de combustíveis em todo território nacional.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6869/2010.

O congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 11.705, de 19 junho de 2008, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a

venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Se aplica o disposto neste artigo em área urbana,quando se tratando de Postos de Combustíveis, respeitando a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal, observar-se-á o art. 22º , XI da Constituição Federal, competindo a privativamente a União Legislar sobre Trânsito e Transporte.

§ 1º. O descumprimento do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 500,00 (quinhentos reais).

§ 2º. Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro.

JUSTIFICAÇÃO

Atualmente no Brasil milhares de famílias são vítimas de acidentes automobilísticos, perdendo filhos, mães, pais.

De acordo com dados do Ministério da Saúde, 43.256 pessoas perderam a vida no trânsito. Os acidentes de trânsito são a segunda causa de internações por trauma do Sus (Sistema Único de Saúde).

Segundo o secretário de Vigilância de Saúde Jarbas Barbosa, o acesso à bebida alcoólica é um dos fatores que fazem o consumo abusivo, uma vez que é proibido o consumo da substância pelos condutores.

Não é raro vermos jovens e adultos, condutores de veículos automotores, reunir-se em Postos de Combustíveis, para consumirem bebidas alcoólicas e ouvirem músicas altas. Após ingerirem uma grande quantidade de bebidas, saem sob efeito do álcool expondo a riscos não só suas vidas, mas também de pessoas alheias a tais infrações.

Com a aprovação da referida lei, tornaremos ainda mais rígidas as normas quanto ao consumo de bebidas alcoólicas e direção, atingindo dessa vez uma das fontes que colaboram para o aumento de acidentes de trânsito. Fazendo com que o comerciante também seja um ator, multiplicador, na redução de tantas mortes, que por muitas vezes podem sim, serem evitadas.

Brasília, 18 de setembro de 2013.

LUIZ NISHIMORI
Deputado Federal – PSDB-PR

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO III
DA ORGANIZAÇÃO DO ESTADO

.....

CAPÍTULO II
DA UNIÃO

.....

Art. 22. Compete privativamente à União legislar sobre:

I - direito civil, comercial, penal, processual, eleitoral, agrário, marítimo, aeronáutico, espacial e do trabalho;

II - desapropriação;

III - requisições civis e militares, em caso de iminente perigo e em tempo de guerra;

IV - águas, energia, informática, telecomunicações e radiodifusão;

V - serviço postal;

VI - sistema monetário e de medidas, títulos e garantias dos metais;

VII - política de crédito, câmbio, seguros e transferência de valores;

VIII - comércio exterior e interestadual;

IX - diretrizes da política nacional de transportes;

X - regime dos portos, navegação lacustre, fluvial, marítima, aérea e aeroespacial;

XI - trânsito e transporte;

XII - jazidas, minas, outros recursos minerais e metalurgia;

XIII - nacionalidade, cidadania e naturalização;

XIV - populações indígenas;

XV - emigração e imigração, entrada, extradição e expulsão de estrangeiros;

XVI - organização do sistema nacional de emprego e condições para o exercício de profissões;

XVII - organização judiciária, do Ministério Público do Distrito Federal e dos Territórios e da Defensoria Pública dos Territórios, bem como organização administrativa destes; *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 69, de 2012, publicada no DOU de 30/3/2012, produzindo efeitos 120 dias após a publicação)*

XVIII - sistema estatístico, sistema cartográfico e de geologia nacionais;

XIX - sistemas de poupança, captação e garantia da poupança popular;

XX - sistemas de consórcios e sorteios;

XXI - normas gerais de organização, efetivos, material bélico, garantias, convocação e mobilização das polícias militares e corpos de bombeiros militares;

XXII - competência da polícia federal e das polícias rodoviária e ferroviária federais;

XXIII - seguridade social;

XXIV - diretrizes e bases da educação nacional;

XXV - registros públicos;

XXVI - atividades nucleares de qualquer natureza;

XXVII - normas gerais de licitação e contratação, em todas as modalidades, para as administrações públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, obedecido o disposto no art. 37, XXI, e para as empresas públicas e sociedades de economia mista, nos termos do art. 173, § 1º, III; *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)*

XXVIII - defesa territorial, defesa aeroespacial, defesa marítima, defesa civil e mobilização nacional;

XXIX - propaganda comercial.

Parágrafo único. Lei complementar poderá autorizar os Estados a legislar sobre questões específicas das matérias relacionadas neste artigo.

Art. 23. É competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:

I - zelar pela guarda da Constituição, das leis e das instituições democráticas e conservar o patrimônio público;

II - cuidar da saúde e assistência pública, da proteção e garantia das pessoas portadoras de deficiência;

III - proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;

IV - impedir a evasão, a destruição e a descaracterização de obras de arte e de outros bens de valor histórico, artístico ou cultural;

V - proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação e à ciência;

VI - proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;

VII - preservar as florestas, a fauna e a flora;

VIII - fomentar a produção agropecuária e organizar o abastecimento alimentar;

IX - promover programas de construção de moradias e a melhoria das condições habitacionais e de saneamento básico;

X - combater as causas da pobreza e os fatores de marginalização, promovendo a integração social dos setores desfavorecidos;

XI - registrar, acompanhar e fiscalizar as concessões de direitos de pesquisa e exploração de recursos hídricos e minerais em seus territórios;

XII - estabelecer e implantar política de educação para a segurança do trânsito.

Parágrafo único. Leis complementares fixarão normas para a cooperação entre a União e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional. *(Parágrafo único com redação dada pela Emenda Constitucional nº 53, de 2006)*

.....

.....

LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e 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 inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da 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 obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

Art. 3º Ressalvado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei, o estabelecimento comercial situado na faixa de domínio de rodovia federal ou em terreno contíguo à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, que inclua entre suas atividades a venda varejista ou o fornecimento de bebidas ou alimentos, deverá afixar, em local de ampla visibilidade, aviso da vedação de que trata o art. 2º desta Lei.

Parágrafo único. O descumprimento do disposto no caput deste artigo implica multa de R$ 300,00 (trezentos reais).

Art. 4º Competem à Polícia Rodoviária Federal a fiscalização e a aplicação das multas previstas nos arts. 2º e 3º desta Lei.

§ 1º A União poderá firmar convênios com Estados, Municípios e com o Distrito Federal, a fim de que estes também possam exercer a fiscalização e aplicar as multas de que tratam os arts. 2º e 3º desta Lei.

§ 2º Configurada a reincidência, a Polícia Rodoviária Federal ou ente conveniado comunicará o fato ao Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes - DNIT ou, quando se tratar de rodovia concedida, à Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT, para a aplicação da penalidade de suspensão da autorização de acesso à rodovia.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 6.502, DE 2013

(Do Srs. Dr. Rosinha, Padre João e Padre Ton)

Dispõe sobre medidas para regular a exposição publicitária e comercial de bebidas alcoólicas, altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 e a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À (AO) PL-6869/2010.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

"*§ 3º É vedada a exposição de publicidade de bebidas alcoólicas em placas, cartazes, painéis, letreiros ou qualquer outra espécie de veículo situado em logradouros públicos*." (NR)

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

"Art. 4º-A É vedada a venda de bebidas alcoólicas:

I – em qualquer espaço público cedido à exploração pela iniciativa privada;

II – em instituições de ensino de qualquer tipo;

II – em lojas de conveniência de postos de combustíveis.

§ 1º Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica deverá ser afixada advertência escrita de forma

legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção.

§ 2º Os estabelecimentos referidos no § 1º deste artigo deverão manter as bebidas alcoólicas em recinto separado dos demais produtos, ao qual será vedado o acesso de menores de dezoito anos." (NR)

Art. 3º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 243-A e 243-B:

"*Art. 243-A Vender, fornecer, ministrar ou entregar, de qualquer forma, bebida de qualquer teor alcoólico a criança ou adolescente.*

Pena – multa 1.000 (mil reais) a 10.000,00 (dez mil reais).

Art. 243-B Permitir, o responsável por casa de espetáculos ou de realização de festas, o consumo de bebida de qualquer teor alcoólico por criança ou adolescente no recinto.

Pena – multa 1.000 (mil reais) a 10.000,00 (dez mil reais).

Parágrafo único. Incorre nas mesmas penas o responsável pelo espetáculo ou festa em que se verificar o consumo de bebida alcoólica por criança ou adolescente." (NR)

Art. 4º Os fabricantes de bebidas com qualquer teor de álcool depositarão mensalmente o equivalente a meio por cento do lucro líquido apurado no mês anterior em fundo a ser criado pelo Poder Executivo e sob a gestão do Ministério da Saúde, destinado a ressarcir o Sistema Único de Saúde – SUS pelo tratamento de enfermidades causadas pelo consumo de álcool.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Em passado recente a Câmara dos Deputados constituiu Comissão Especial para estudar as causas e consequências do consumo abusivo de álcool entre cidadãos brasileiros.

Alguns pontos do relatório final daquela Comissão são bastante contundentes. Por exemplo: embora o brasileiro não esteja entre os povos que mais consomem bebidas alcoólicas *per capita*, está entre aqueles mais propensos ao consumo episódico imoderado, com embriaguez. Entre os motivos para tanto, certamente está o constante apelo ao consumo, feito por peças publicitárias caras e tecnicamente impressionantes e pela virtual ubiquidade, que facilita sobremaneira o acesso às bebidas alcoólicas.

Eis porque o presente projeto, em seu art. 1º, aduz novo parágrafo ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para vedar a exposição de cartazes e quaisquer assemelhados propagandeando bebidas alcoólicas em logradouros públicos e, no inciso I do art. 2º, a venda de bebidas em espaços públicos. Não deve o Estado, responsável pela saúde dos cidadãos nos termos do art. 196 da Constituição Federal, promover nem compactuar com o consumo de substâncias potencialmente danosas à integridade física e mental.

A enorme facilidade que existe nos dias que correm de obter bebidas alcoólicas é também tratada aqui. As lojas de conveniência situadas em postos de gasolina, inexistentes até recentemente, multiplicaram-se rapidamente e, abertas até tarde da noite, por vezes ininterruptamente, vendem grandes quantidades de bebidas alcoólicas que de outro modo não seriam consumidas.

Propomos, pois, na continuação do art. 2º, que modifica a redação do art. 4º-A da mesma lei, que as referidas lojas de conveniência sejam proibidas de vender bebidas alcoólicas. Se por um lado será grande ganho para a segurança da população, pois os motoristas deixarão de ter acesso fácil ao álcool, não representará grande perda para os comerciantes, que continuarão podendo comercializar uma enorme gama de produtos de conveniência.

Uma medida complementar também aqui proposta é que, nas lojas que as vendem, as bebidas de qualquer teor de álcool, incluindo, portanto, as cervejas, sejam guardadas em local próprio, em recinto ao qual os menores de idade não tenham acesso.

Aqui entramos em um aspecto crucial da questão. A lei brasileira proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de 18 anos. No entanto, como mostra o VI Levantamento Nacional sobre o consumo de drogas psicotrópicas entre estudantes do ensino fundamental e médio da rede pública e privada de ensino nas 26 capitais brasileiras e Distrito Federal, realizado em 2010, 82,8% dos estudantes entre 16 e 18 anos, e nada menos que 30,6% dos estudantes entre 10 e 12 anos, já haviam ingerido álcool pelo menos uma vez na vida.

Todas as medidas propostas nos dois primeiros artigos do projeto atingem diretamente nossas crianças e adolescentes, sabidamente mais vulneráveis ao apelo do consumo.

Vemos a necessidade, porém, de propor medidas específicas para coibir severamente o consumo de bebidas por menores de dezoito anos. Não se trata de medida arbitrária. Menores de dezoito anos não são, por lei, proibidos de consumir bebidas alcoólicas. Mas, como dito, existe vedação legal a vendê-las e fornecê-las a menores, ou seja, qualquer consumo de álcool por menores ocorre ao arrepio da lei e deve ser combatido.

O melhor veículo que encontramos foi, justamente, a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente). Aquela lei já proíbe em seu art. 81 a venda à criança ou adolescente de bebidas alcoólicas, porém, falha ao não estipular pena para o descumprimento.

Propomos, pois, a inserção de dois novos artigos, 243-A e 243-B, que estipulam multas para, respectivamente, quem forneça a qualquer título bebidas alcoólicas a menores, e os que permitam o consumo de álcool por menores em casa de espetáculos ou festas.

Finalmente, o art. 4º. do projeto estipula que os fabricantes de bebidas contribuam para um fundo destinado a ressarcir o SUS pelo tratamento das enfermidades causadas pelo álcool.

O motivo para tanto é deveras óbvio: quem consultar a Classificação Internacional de Doenças, atualmente em sua décima revisão (CID 10) poderá constatar facilmente a profusão de enfermidades causadas ou ligadas ao consumo de álcool: K29.2 – Gastrite alcoólica; G72.1 – Miopatia alcoólica; K70.1 – Hepatite alcoólica; G62.1 – Polineuropatia alcoólica; I42.6 – Cardiomiopatia alcoólica; K70.3 – Cirrose hepática alcoólica; além disso, todo um capítulo (F10) de transtornos mentais e comportamentais devidos ao uso de álcool. Meio por cento do lucro líquido, que é o que propomos, não é de modo algum preço excessivo a pagar para ajudar a reparar os males causados pelo objeto de seu lucro.

Profundamente convencidos do mérito e conveniência do presente projeto de lei, submetemo-lo aos nobres pares e solicitamos seu apoio e votos para aprová-lo.

Sala das Sessões, em 03 de Outubro de 2013.

Deputado **DR. ROSINHA**

Deputado **PADRE JOÃO**

Deputado **PADRE TON**

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO II
DA SEGURIDADE SOCIAL

.....

Seção II
Da Saúde

Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

Art. 197. São de relevância pública as ações e serviços de saúde, cabendo ao poder público dispor, nos termos da lei, sobre sua regulamentação, fiscalização e controle, devendo sua execução ser feita diretamente ou através de terceiros e, também, por pessoa física ou jurídica de direito privado.

.....
.....

LEI Nº 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. 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.

.....
.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

LIVRO II
PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 6.658, DE 2013

(Do Sr. Eliene Lima)

Proíbe a venda de equipamentos acessórios para o consumo de produtos fumígeros a menores de dezoito anos.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6869/2010.

O Congresso Nacional decreta:

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

"Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos ou qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, bem como de cachimbos e outros equipamentos acessórios para o consumo de produtos fumígeros, em recinto coletivo fechado, privado ou público.

.....

§ 4º Regulamento especificará quais dispositivos serão considerados equipamentos acessórios para o consumo de produtos fumígeros, para os efeitos desta Lei.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Este projeto de lei propõe mais um passo no controle ao tabagismo, em especial entre os jovens. A alteração ora proposta à 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal”, alcança dois objetivos primordiais: primeiramente, proíbe o uso de qualquer equipamento acessório para o consumo de produtos fumígeros em recintos fechados; além disso, proíbe também sua venda a menores de 18 anos, em face do disposto no art. 3º-A, IX, da mesma Lei.

A principal meta é restringir o uso de narguilé por menores de idade, mas optou-se por criar uma regra geral, que englobe qualquer outro dispositivo que possa vir a ser utilizado com o mesmo fim. O narguilé é um cachimbo de água, no qual o tabaco é aquecido e a fumaça gerada passa por um filtro de água antes de ser aspirada pelo fumante, por meio de uma mangueira. De origem oriental, seu uso tem-se disseminado rapidamente entre nós. Dados apontam que já existem mais de 300 mil consumidores do produto no Brasil.

Ocorre, todavia, que seu uso é mais prejudicial que o próprio cigarro. Segundo o Inca, análises comprovam que a fumaça contém quantidades superiores de nicotina, monóxido de carbono, metais pesados e substâncias cancerígenas do que na fumaça do cigarro. A participação em uma sessão de narguilé, que dura em média de 20 a 80 minutos, leva a exposição equivalente ao consumo de 100 cigarros.

Pretende-se, portanto, prevenir a ocorrência de doenças respiratórias e cardiovasculares, bem como das várias neoplasias malignas associadas ao uso de tabaco.

Trata-se de medida necessária e urgente, em face do grande crescimento do uso de narguilé em nosso meio. Saliente-se que sua comercialização para menores já é vedada em algumas unidades da federação, como São Paulo e Distrito Federal.

Pelo exposto, solicito o apoio deste Colegiado para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 30 de outubro de 2013.

Deputado ELIENE LIMA

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 Nº 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 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)*

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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.792, DE 2013

(Do Sr. Gabriel Guimarães)

Modifica o § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para padronizar as embalagens de produtos fumígenos.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 2.396/2011.

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal, a fim de instituir a padronização das embalagens de produtos fumígenos.

Art. 2º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,

passa a viger com a seguinte redação:

"*Art. 3º .....*

§ 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 deverão, obrigatoriamente:

I – conter a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem;

II – ser confeccionadas em tamanho padronizado pelo Poder Público e somente nas cores branca, preta e cinza, reservando-se o uso das outras cores para a advertência e as imagens a que se refere o inciso anterior.

*III – conter o nome da marca do produto impresso na forma de texto, com fonte, tamanho e local na embalagem padronizados pelo Poder Público, vedada a utilização de logomarcas." (*NR*)*

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Brasil é signatário da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, a qual foi assinada em junho de 2003, aprovada pela Câmara dos Deputados em maio de 2004, aprovada pelo Senado Federal em outubro de 2005 e promulgada, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 2005.

Segundo essa Convenção, a embalagem e a etiquetagem dos produtos de tabaco não devem promover produto de tabaco de qualquer forma que seja falsa, equivocada ou enganosa.

Essa proposição objetiva alterar a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para instituir a padronização das embalagens de cigarros, colaborando no controle do tabagismo, que, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) é a principal causa de morte evitável em todo o mundo.

Essa medida foi adotada na Austrália, por meio de legislação – “the Tobacco Plain Packaging Act” – em 2011, a qual prevê a produção e venda de cigarros em embalagens padronizadas, quanto à cor (excluindo cores, além da preta e branca) e ausência de logomarcas.

Essa estratégia objetiva reduzir a influência das embalagens no estímulo ao consumo do tabaco, particularmente, na atração de novos e jovens consumidores.

A proposição que apresento preserva as determinações já existentes na Lei sobre a divulgação de imagens e, ainda, padroniza as embalagens de cigarro nos aspectos mencionados (uso de cores e da forma de inscrição da marca) e em seu tamanho, segundo a regulamentação do Poder Público. Desse modo, atualiza nossa legislação de controle do tabaco, que é, reconhecidamente, uma das melhores do mundo.

A proposta ainda prevê um prazo de 180 dias para que a indústria adapte-se às novas exigências.

Diante da relevância desse tema, solicito o apoio dos ilustres Pares para aprovar a proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 20 de novembro de 2013.

Deputado Gabriel Guimarães

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 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 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)*

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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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)*

.....

.....

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1.012, DE 2005

Aprova o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º Fica aprovado o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

Parágrafo único. Ficam sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão dos termos da referida Convenção, bem como quaisquer ajustes complementares que, nos termos do inciso I do art. 49 da Constituição Federal, acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 27 de outubro de 2005

Senador RENAN CALHEIROS
Presidente do Senado Federal

PROJETO DE LEI N.º 7.046, DE 2014

(Do Sr. Edmar Arruda)

Dá nova redação ao § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para obrigar a divulgação nos maços de cigarros de número de telefone ou endereço virtual de serviço de auxílio ao combate ao tabagismo.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2237/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"*§ 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:*

I - a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem;

II – número de telefone e/ou endereço virtual na rede mundial de computadores de serviço de auxílio ao combate ao tabagismo." (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

O Brasil, mediante leis específicas e um processo de conscientização amplo, logrou reduzir significativamente o tabagismo em seu território, o que representa um inestimável ganho em termos de saúde pública. Entretanto, numerosos indivíduos, mesmo conscientes dos benefícios da interrupção do hábito de fumar, não conseguem parar, muitas vezes por ignorarem que existem serviços de apoio e auxílio que ensinam métodos e técnicas que facilitam deixar o fumo.

O presente projeto destina-se a divulgar esses serviços, inserindo seu número telefônico ou endereço virtual no local mais óbvio, onde atingirá virtualmente a totalidade dos fumantes: o maço de cigarro ou a embalagem de fumo, e o material de divulgação publicitária.

A medida, ademais, não representaria nenhum problema para os fabricantes, pois ocuparia diminuta área no maço, embalagem ou cartaz. Seu impacto positivo, contudo, seria potencialmente muito grande.

Assim, convencido do mérito da proposição, conto com os votos e apoio dos nobres pares para que seja aprovada e transformada em lei.

Sala das Sessões, em 04 de fevereiro de 2014.

Deputado Edmar Arruda

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 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 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.

§ 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 conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 7.099, DE 2014

(Da Sra. Carmen Zanotto)

Revoga o inciso I do art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 1941- Lei das Contravenções Penais, e altera o art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, para tornar crime o oferecimento de bebida alcoólica a crianças e adolescentes.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5502/2013.

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º O art. 243 da Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990 – Estatuto da

Criança e do Adolescente- ECA, passa a vigorar com a seguinte redação:

> **"**Art. 243**.** Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos, **ilícitos ou lícitos, inclusive contendo álcool**, cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:
>
> .....
>
> .....(NR)"

Art. 2º Fica revogado o inciso I do Art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais.

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Considerando a necessidade de dirimir as lacunas que se encontram evidenciadas em nosso ordenamento jurídico, o *Ministério Público do Estado de Santa Catarina, por seu Centro de Apoio Operacional da Infância e da Juventude* apresentou sugestão para propositura de Projeto de Lei referente *"à venda ou fornecimento de bebidas alcoólicas, empregada diversas vezes para auxiliar a prática criminosa"*.

As discussões que se travam no ordenamento jurídico consistem sob a égide do direito penal, caso em que se questiona se a conduta de fornecer bebida alcoólica à criança ou adolescente, configura meramente a contravenção penal do art. 63, inc. I, do Decreto-Lei n. 3.688/41 (Lei de Contravenções Penais) ou o crime do art. 243 da Lei nº 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente).

Nesse quesito, entendemos, que a conduta de entregar uma substância altamente nociva à pessoa em desenvolvimento não pode ser punida de forma branda. Há que se ter em vista a desenfreada proliferação de danosas práticas no mundo moderno, a confirmação dos malefícios sociais e biológicos causados quando do acesso precoce ao álcool e a premente necessidade de coibir esse comportamento.

O art. 243, do Estatuto da Criança e do Adolescente cuida, especificamente,

dos direitos da criança e do adolescente, de maneira que, a solução de tudo que se referir à garantia dos interesses destes deve ser nesta norma primeiramente buscada, motivo pelo qual, na aplicação das normas do ordenamento jurídico, devem ser levados em consideração, além dos conhecidos malefícios decorrentes de seu consumo assíduo, estar comprovada a maior probabilidade de gerar a dependência na idade adulta se porventura a iniciação a esta prática deu-se na infância ou adolescência.

A redação do artigo em comento, pela especialidade que ostenta, ao inserir os elementos normativos "criança ou adolescente", torna claro que mesmo drogas lícitas são inadequadas para crianças e adolescentes em função das peculiares condições de indivíduos em desenvolvimento, embora a mesma conduta seja fato comum, natural, lícito e, pois, atípico, em relação a adultos.

Portanto, considerada a nocividade dessa conduta, capaz de comprometer a formação de muitas crianças e adolescentes, aliada à necessidade de ser severamente combatida em nossos dias atuais, sugere-se a revogação expressa do inciso I do art. 63 do Decreto-Lei n. 3.688/41 (Lei de Contravenções Penais) e a alteração o art. 243, da Lei nº 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente).

Sala das Sessões, em 11 de fevereiro de 2014.

Deputada **CARMEN ZANOTTO**

PPS/SC

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....
.....

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

O Presidente da República, usando das atribuições que lhe confere o artigo 180 da Constituição,

DECRETA:

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de dezoito anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de frequentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de dois meses a um ano, ou multa, de quinhentos mil réis a cinco contos de réis.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

Pena - prisão simples, de dez dias a um mês, ou multa, de cem a quinhentos mil réis.

§ 1º Na mesma pena incorre aquele que, embora para fins didáticos ou científicos, realiza em lugar público ou exposto ao publico, experiência dolorosa ou cruel em animal vivo.

§ 2º Aplica-se a pena com aumento de metade, se o animal é submetido a trabalho excessivo ou tratado com crueldade, em exibição ou espetáculo público.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 7.241, DE 2014

(Do Sr. Antonio Bulhões)

Proíbe a venda de bebida alcoólica em postos de abastecimento de combustíveis e lojas de conveniência a eles vinculada e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4745/2001.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica vedada a comercialização de bebida alcoólica em postos de combustíveis situados em áreas urbanas ou não, em todo o território nacional.

Parágrafo único. A proibição expressa no caput aplica-se também às lojas de conveniência a eles vinculadas.

Art. 2º - A violação do disposto nesta lei implica o pagamento de multa, cujo valor será fixado entre R$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais) a R$ 3.000,00 (três mil reais).

Parágrafo único. Além da multa de que trata o caput, o infrator também ficará sujeito, sem prejuízo das penalidades a serem aplicadas por outros entes, à suspensão do registro do estabelecimento de revendedor varejista, expedido pela Agência Nacional de Petróleo – ANP, por trinta dias, na primeira reincidência e, o cancelamento do referido registro, na segunda reincidência.

Art. 3º - Quando o posto de combustível e a loja de conveniência nele instalada ou conjugada tiverem personalidades jurídicas distintas, ambos responderão solidariamente pela infração.

Art. 4º- Respeitada a competência delimitada pela Constituição Federal à União, Estados e Municípios, poderá a Agência Nacional de Petróleo, firmar parcerias com os órgãos fiscalizadores no âmbito das Administrações Estaduais e Municipais, para o cumprimento da presente norma.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de álcool pelos condutores de veículos tem sido o principal responsável pelos graves acidentes de trânsito, com vítimas fatais. É por essa razão que o Código de Trânsito Brasileiro define como infração gravíssima dirigir veículo sob a influência de álcool, em nível superior a seis decigramas por litro de sangue. A consequência é a punição aos seus infratores com multa de alto valor e com a suspensão do direito de dirigir. Esse fator é da maior gravidade, seja na área urbana, seja em uma rodovia, até porque o dano pode alcançar terceiros.

Segundo o Ministério da Saúde, no ano passado, 157 mil pessoas foram atendidas pelo SUS em todo o país, decorrentes de acidentes de trânsito, sendo que, desse número, 32 mil pessoas estavam associadas ao consumo de bebidas alcoólicas. A conclusão que se chega é que a combinação álcool e direção é maléfica e altamente perigosa.

Na contramão do que diz a lei, o que se observa é que inúmeros postos de combustíveis comercializam bebidas alcoólicas diretamente, em uma rotina absolutamente normal, ou por intermédio de lojas de conveniência a eles vinculado.

Essa atividade vem crescendo de forma notória. Esse fato caracteriza verdadeira contradição ao Código de Trânsito, incentivando o risco de acidentes graves.

Vale chamar a atenção para outro fator relevante: o local não é apropriado para receber pessoas que ali permanecem por horas com seus carros estacionados na área de serviço do posto. Além do risco pela exposição aos gases tóxicos dos combustíveis, que podem ser prejudiciais à saúde dos que ali permanecem, muitos jovens fumam e utilizam isqueiros e fósforos no local, que podem provocar acidentes graves, pela proximidade com as bombas de combustíveis. Não há dúvida de que esse fato acarreta comportamento de risco contra a própria vida e a de outras pessoas.

Não se trata, evidentemente, de cercear o direito das pessoas, o seu livre arbítrio, tampouco ter a pretensão de acabar com os acidentes de trânsito, mas, pelo menos, diminuir a sua ocorrência, atacando uma de suas causas principais. Dessa forma, pretendemos, como legisladores, cumprir o nosso papel de proteger a sociedade e o indivíduo.

Por todo o exposto, clamo aos nobres pares o apoio para a aprovação deste projeto, que certamente irá contribuir para a prevenção de acidentes de trânsito e garantir ao cidadão uma vida mais tranquila e segura em áreas urbana.

Sala das Sessões, em 12 de março de 2014.

Deputado ANTONIO BULHÕES
(PRB/SP)

PROJETO DE LEI N.º 7.261, DE 2014

(Do Sr. Leonardo Gadelha)

Dispõe sobre a obrigatoriedade das empresas que fabricam e comercializam bebidas alcoólicas, de incluírem nos rótulos fotografias de veículos em colisão e estatística de acidentes de trânsito e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3840/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Ficam as empresas que fabricam bebidas alcoólicas, obrigadas a incluírem em seus rótulos, fotografias de veículos em colisão, decorrente de acidente em que o motorista encontrava-se embriagado por ingestão de bebida alcoólica.

Parágrafo único. As fotografias dos veículos citados no caput deverão ser

acompanhadas do termo "SE BEBER NÃO DIRIJA", indicando ainda dados estatísticos de mortes e lesões graves sofridas no trânsito, decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas.

Art. 2º As fotografias para uso da presente legislação devem ser alterada periodicamente pelo prazo máximo de seis meses.

Art. 3º O descumprimento da presente Lei acarretará aos infratores multa de valor de 3.000 (três mil) UFIRs.

Art. 4º Em caso de reincidência a multa deverá ser dobrada.

Art. 5º As empresas terão o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para se adaptarem ao disposto na presente norma.

Art. 6º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Entre os anos de 1980 e 2011, o número de vítimas fatais do trânsito no Brasil foi de 980.838 pessoas. Com base nos dados do Mapa da Violência 2013, divulgado pelo Centro Brasileiro de Estudos Latino Americanos (Cebela), no ano de 2011 foram contabilizadas 22,5 mortes por 100 mil habitantes, levando as estatísticas à maior taxa de mortes registradas no país desde a implantação do Código Brasileiro de Trânsito

Essas mortes ocorrem, predominantemente, em uma população jovem, o que vai repercutir pesadamente no indicador de saúde Anos Potenciais de Vida Perdidos (APVP), o que, por sua vez, vai influenciar a esperança de vida do País.

Um levantamento da PRF mostra que, de janeiro a novembro de 2010, houve uma média mensal de 557 acidentes provocados por ingestão de álcool nas rodovias federais. No mês de dezembro do mesmo ano, foram registrados 679 acidentes, o que representa um aumento de 21,9% na quantidade de ocorrências em relação ao restante daquele ano.

O projeto que se propõe visa, dentro de uma visão pedagógica, ampliar o alcance do governo com relação a conscientização do uso de bebida alcoólica e direção.

Por isso que contamos com a aprovação dos nobres Pares desta Casa para a aprovação desta iniciativa.

Sala das Sessões, 18 de março de 2014 .

LEONARDO GADELHA

Deputado Federal PSC-PB

PROJETO DE LEI N.º 7.444, DE 2014

(Do Sr. Gonzaga Patriota)

Dá nova redação aos §§ 1º e 3º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir o uso de qualquer produto fumígeno nas portarias de órgãos públicos e de escolas, nas paradas de ônibus e em locais de aglomeração de pessoas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5492/2009.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei proíbe fazer uso de qualquer produto fumígeno em portarias de órgão públicos e de escolas, em paradas de ônibus e em locais de aglomeração de pessoas.

Art. 2º O art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

§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, as salas de teatro e cinema, as portarias de órgãos públicos e de escolas, as paradas de ônibus e locais de aglomeração de pessoas.

.....

§3º - Considera-se recinto coletivo o local total ou parcialmente fechado em qualquer dos seus lados por parede ou divisória, teto ou telhado, ainda que provisórios, de acesso público, destinado à permanência ou circulação de várias pessoas.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os malefícios dos cigarros, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, não se restringem a afetar apenas a saúde dos fumantes. As pessoas que os rodeiam são afetadas da mesma forma. Apenas o que muda é a intensidade da exposição aos agentes nocivos.

Segundo a Sociedade Brasileira de Pneumologia e Tisiologia, a fumaça que sai diretamente da brasa do cigarro apresenta maior concentração dos diferentes componentes tóxicos do que a fumaça que o próprio fumante inala, assim as pessoas ao redor inalam grande quantidade de toxinas.

O chamado "fumante passivo" é aquele indivíduo que não fuma, mas acaba respirando a fumaça dos cigarros fumados ao seu redor. Além de estar exposto a substâncias perigosas, o fumante passivo pode apresentar alergias, ataques de asma e bronquite, irritação nos olhos e nas vias respiratórias.

O presente Projeto de Lei objetiva ampliar a proibição do uso das substâncias fumígenas em locais de grande circulação de pessoas e crianças, como a portaria dos órgãos públicos e das escolas e as paradas de ônibus.

São muitos os órgãos públicos que formam filas em frente as suas repartições antes de iniciar o atendimento. As pessoas que aguardam nessas filas (que podem ser idosos, mulheres grávidas e até crianças) ficam expostas a fumaça tóxica de quem está fumando.

A fumaça respirada pelo fumante passivo é uma combinação de mais de 400 substâncias químicas, na forma de partículas e gases como o cianeto de hidrogênio, o dióxido de enxofre, o monóxido de carbono, a amônia e a nicotina.

Essa exposição também acontece nas paradas de ônibus. Os trabalhadores e estudantes que dependem do transporte público no seu dia-a-dia, não têm como evitar o contato com essa substância nociva que é a fumaça de um cigarro. O fato de ser em local semiaberto não evita os malefícios do cigarro e seus similares. As pessoas ao redor do fumante são afetadas da mesma maneira.

Discute-se muito, ainda, os efeitos do fumo passivo, mas uma coisa é certa: quem não fuma não é obrigado a respirar a fumaça dos outros.

Essa alteração na lei é fundamental para o controle de doenças que têm o tabagismo como fator de risco. Em razão da relevância desse tema, conto com o apoio dos nobres colegas para aprovarmos o Projeto de Lei em tela.

Sala das Sessões, em 23 de abril de 2014.

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 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 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)*

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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 7.612, DE 2014

(Do Sr. Alceu Moreira)

Altera a redação do Art. 243 da Lei 8.069/1990.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5502/2013.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Art. 243 da Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, bebidas alcoólicas, drogas e/ou quaisquer outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave." (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

É competência privativa da União legislar sobre direito penal, bem como que em comum com Estados, Distrito Federal e Municípios sobre a preservação da saúde, em conformidade com o disposto no artigo 22, incisos I e artigo 23, II da Constituição Federal.

Tais matérias estão, ainda, dentro da competência legislativa do Congresso Nacional e não encontram, portanto, restrição de iniciativa.

O problema do alcoolismo e de uso de drogas tem se agravado de maneira substancial no Brasil, sobretudo entre os jovens, os quais devem merecer especial atenção do Estado no sentido de protegê-los do acesso a substâncias que possam causar-lhes dependência.

Notícia do Observatório Brasileiro de Informações sobre Drogas - OBID do Ministério da Justiça informa que o primeiro contato com o álcool se dá aos 13 anos e, em grande parte das vezes, acontece dentro de casa, demonstrando como as

crianças e adolescentes podem estar vulneráveis e o quão precoce pode ser o início do processo de dependência.

E este não é apenas um problema do alcoolismo, mas da possibilidade de acesso e uso de drogas de todos os tipos, sejam elas lícitas ou ilícitas.

Recentemente o Jornal Zero Hora, do Rio Grande do Sul, publicou em sua edição de 04/05/2014, página 52, reportagem que tratou do tema, na qual ao final relatou:

> *Outro obstáculo é a interpretação da Lei: o artigo 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) prevê como crime a venda e o fornecimento de "produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica", com previsão de até quatro anos de detenção.* ***Para alguns, o álcool não estaria incluído entre esses produtos, leitura que acaba inviabilizando a aplicação das penalidades.*** *(Grifamos)*

Assim, podemos observar que a interpretação do texto legal tem causado dificuldades na sua aplicação e no seu intento final de prevenir o acesso das crianças e adolescentes às substâncias que possam causar dependência física ou psíquica, bem como punir aqueles que de qualquer maneira viabilizem tal acesso.

Neste sentido é que apresentamos o presente PL no sentido de buscar maior clareza na definição do texto, de modo a não deixar dúvida sobre a redação e interpretação do mesmo.

Desta maneira é que apresentamos a presente proposta e na expectativa de dar uma importante contribuição ao Brasil é que pleiteamos o apoio nos nobres Parlamentares.

Sala de Sessões, 28 de maio de 2014.

Deputado ALCEU MOREIRA
PMDB/RS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO III
DA ORGANIZAÇÃO DO ESTADO

.....

CAPÍTULO II
DA UNIÃO

.....

Art. 22. Compete privativamente à União legislar sobre:

I - direito civil, comercial, penal, processual, eleitoral, agrário, marítimo, aeronáutico, espacial e do trabalho;

II - desapropriação;

III - requisições civis e militares, em caso de iminente perigo e em tempo de guerra;

IV - águas, energia, informática, telecomunicações e radiodifusão;

V - serviço postal;

VI - sistema monetário e de medidas, títulos e garantias dos metais;

VII - política de crédito, câmbio, seguros e transferência de valores;

VIII - comércio exterior e interestadual;

IX - diretrizes da política nacional de transportes;

X - regime dos portos, navegação lacustre, fluvial, marítima, aérea e aeroespacial;

XI - trânsito e transporte;

XII - jazidas, minas, outros recursos minerais e metalurgia;

XIII - nacionalidade, cidadania e naturalização;

XIV - populações indígenas;

XV - emigração e imigração, entrada, extradição e expulsão de estrangeiros;

XVI - organização do sistema nacional de emprego e condições para o exercício de profissões;

XVII - organização judiciária, do Ministério Público do Distrito Federal e dos Territórios e da Defensoria Pública dos Territórios, bem como organização administrativa destes; *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 69, de 2012, publicada no DOU de 30/3/2012, produzindo efeitos 120 dias após a publicação)*

XVIII - sistema estatístico, sistema cartográfico e de geologia nacionais;

XIX - sistemas de poupança, captação e garantia da poupança popular;

XX - sistemas de consórcios e sorteios;

XXI - normas gerais de organização, efetivos, material bélico, garantias, convocação e mobilização das polícias militares e corpos de bombeiros militares;

XXII - competência da polícia federal e das polícias rodoviária e ferroviária federais;

XXIII - seguridade social;

XXIV - diretrizes e bases da educação nacional;

XXV - registros públicos;

XXVI - atividades nucleares de qualquer natureza;

XXVII - normas gerais de licitação e contratação, em todas as modalidades, para as administrações públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, obedecido o disposto no art. 37, XXI, e para as empresas públicas e sociedades de economia mista, nos termos do art. 173, § 1º, III; (Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)

XXVIII - defesa territorial, defesa aeroespacial, defesa marítima, defesa civil e mobilização nacional;

XXIX - propaganda comercial.

Parágrafo único. Lei complementar poderá autorizar os Estados a legislar sobre questões específicas das matérias relacionadas neste artigo.

Art. 23. É competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:

I - zelar pela guarda da Constituição, das leis e das instituições democráticas e conservar o patrimônio público;

II - cuidar da saúde e assistência pública, da proteção e garantia das pessoas portadoras de deficiência;

III - proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;

IV - impedir a evasão, a destruição e a descaracterização de obras de arte e de outros bens de valor histórico, artístico ou cultural;

V - proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação e à ciência;

VI - proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;

VII - preservar as florestas, a fauna e a flora;

VIII - fomentar a produção agropecuária e organizar o abastecimento alimentar;

IX - promover programas de construção de moradias e a melhoria das condições habitacionais e de saneamento básico;

X - combater as causas da pobreza e os fatores de marginalização, promovendo a integração social dos setores desfavorecidos;

XI - registrar, acompanhar e fiscalizar as concessões de direitos de pesquisa e exploração de recursos hídricos e minerais em seus territórios;

XII - estabelecer e implantar política de educação para a segurança do trânsito.

Parágrafo único. Leis complementares fixarão normas para a cooperação entre a União e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional. *(Parágrafo único com redação dada pela Emenda Constitucional nº 53, de 2006)*

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

I - direito tributário, financeiro, penitenciário, econômico e urbanístico;

II - orçamento;

III - juntas comerciais;

IV - custas dos serviços forenses;

V - produção e consumo;

VI - florestas, caça, pesca, fauna, conservação da natureza, defesa do solo e dos recursos naturais, proteção do meio ambiente e controle da poluição;

VII - proteção ao patrimônio histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico;

VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IX - educação, cultura, ensino e desporto;

X - criação, funcionamento e processo do juizado de pequenas causas;

XI - procedimentos em matéria processual;

XII - previdência social, proteção e defesa da saúde;

XIII - assistência jurídica e defensoria pública;

XIV - proteção e integração social das pessoas portadoras de deficiência;

XV - proteção à infância e à juventude;

XVI - organização, garantias, direitos e deveres das polícias civis.

§ 1º No âmbito da legislação concorrente, a competência da União limitar-se-á a estabelecer normas gerais.

§ 2º A competência da União para legislar sobre normas gerais não exclui a competência suplementar dos Estados.

§ 3º Inexistindo lei federal sobre normas gerais, os Estados exercerão a competência legislativa plena, para atender a suas peculiaridades.

§ 4º A superveniência de lei federal sobre normas gerais suspende a eficácia da lei estadual, no que lhe for contrário.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave. *(Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003)*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 8.112, DE 2014

(Da Sra. Maria Lucia Prandi)

Dispõe sobre a inclusão de alerta nos rótulos e nas campanhas publicitárias de bebidas alcoólicas sobre os riscos do consumo de álcool durante a gravidez, em qualquer nível, para geração de crianças com Síndrome do Alcoolismo Fetal (SAF).

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 2512/2011.

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art.1º Torna obrigatória a presença de informação visível aos consumidores nos rótulos e nas campanhas publicitárias de bebidas alcoólicas sobre os riscos do consumo de álcool durante a gravidez, em qualquer nível, para geração de crianças com Síndrome do Alcoolismo Fetal (SAF).

§1º Os rótulos das bebidas alcoólicas envazadas e/ou comercializadas no Território Nacional deverão conter a frase: **"PERIGO: A INGESTÃO DE BEBIDA ALCOÓLICA DURANTE A GRAVIDEZ, EM QUALQUER NÍVEL, PODE CAUSAR A SÍNDROME DO ALCOOLISMO FETAL"**.

§2º As campanhas publicitárias das bebidas alcoólicas veiculadas, em qualquer mídia, em todo Território Nacional, deverão conter o alerta: **"PERIGO: A INGESTÃO DE BEBIDA ALCOÓLICA DURANTE A GRAVIDEZ, EM QUALQUER NÍVEL, PODE CAUSAR A SÍNDROME DO ALCOOLISMO FETAL"**.

Art. 2º As empresas abrangidas por esta lei, terão o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para se adequarem a esta norma legal.

Art. 3º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Pesquisa da Universidade Federal de São Paulo aponta que as mulheres brasileiras estão consumindo mais bebidas alcoólicas. O estudo revela que este crescimento é de 30 a 35%. Divulgados no primeiro semestre desse ano, o levantamento foi efetuado em 2012.

Além disso, outras pesquisas indicam que, desde o final da década de 1980, subiu a proporção de mulheres alcoólatras no País: antes, uma para cada 10 homens; agora, uma para cada três. De acordo com especialistas, a tendência é preocupante, porque o organismo feminino é mais vulnerável biologicamente aos efeitos do álcool. Logo, as consequências negativas se desencadeiam mais cedo.

Enquanto os homens levam 15 anos, em média, para ter problemas no fígado, já entre as mulheres este tempo cai para 5 anos. Há, ainda, maiores riscos de desenvolvimento de doenças cardiovasculares, câncer de mama, osteoporose e distúrbios psiquiátricos. Além dos problemas para a saúde física e mental, as mulheres também enfrentam consequências negativas nos campos familiar, social e profissional.

Porém, entre todos os problemas gerados às mulheres pelo consumo de álcool, sem dúvida, o mais doloroso e que será levada para toda vida é a geração de um filho com Síndrome do Alcoolismo Fetal (SAF). Estes bebês nascem com uma série de sequelas, que vão comprometer sua qualidade de vida. Estes problemas podem ser físicos, mentais, neurológicos ou comportamentais.

Uma das principais consequências do consumo de álcool durante a gravidez, a SAF é diagnosticada em 2,2 de cada 1.000 nascimentos vivos. Este distúrbio inclui o retardo do crescimento antes ou após o nascimento; defeitos faciais; microcefalia (cabeça pequena), provavelmente causada por um crescimento subnormal do cérebro; e desenvolvimento comportamental anormal.

A SAF é a principal geradora de déficits mentais. Esses problemas podem ocorrer mesmo quando o recém-nascido não apresenta defeitos físicos congênitos evidentes. Frequentemente, o peso de recém-nascidos de mães que bebem durante a gravidez é inferior ao normal. Em média, os bebês expostos ao álcool durante a gestão nascem com aproximadamente 2 quilos. Enquanto os demais recém-nascidos têm cerca de 3,5 quilos.

Além disso, o consumo de álcool durante a gravidez praticamente dobra o risco de aborto, especialmente quando o consumo é exagerado. Porém, é fundamental destacar que a Ciência ainda não identificou níveis seguros de ingestão de álcool durante a gravidez. Daí a necessidade de uma completa abstenção nesse período. Isto reforça a necessidade de um alerta explícito às mulheres sobre os riscos a que estão submetendo seus filhos.

Sendo assim, apelo aos nobres parlamentares para que aprovem a presente propositura. Esta Casa de Leis dará uma contribuição para a saúde das mulheres e de seus filhos ao obrigar as fabricantes de bebidas alcoólicas a incluir o alerta determinado nos escopo deste Projeto de Lei nos rótulos desses produtos e nas campanhas publicitárias, usadas com sucesso para instigar cada vez mais o consumo de álcool na população.

Sala das Sessões, em 19 de novembro de 2014.

Maria Lúcia Prandi
Deputada Federal – PT/SP

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 § 4° 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.

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 § 4° 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 viger 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, 0,5° 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 § 4° 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 transcrito 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 Público 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 chamaria 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 Nº 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 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)*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 8.303, DE 2014

(Do Sr. Darcísio Perondi e outros)

Dispõe sobre a padronização das embalagens dos produtos fumígeros derivados, ou não, do tabaco comercializados no país.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6792/2013.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei determina a padronização das embalagens dos produtos fumígenos derivados, ou não, do tabaco comercializados no País.

Art. 2º Entende-se por embalagem de produto fumígeno derivado, ou não, do tabaco, a que acondiciona o produto e é destinada à comercialização, excluindo a destinada exclusivamente ao transporte e distribuição do produto para os locais de venda.

Parágrafo único. Fica expressamente proibida a comercialização ou fornecimento gratuito de qualquer embalagem adicional àquela destinada à comercialização, ainda que removível e independente do material utilizado.

Art. 3º As embalagens dos produtos fumígenos derivados, ou não, do tabaco, com exceção daquelas destinadas exclusivamente à exportação, devem adequar-se às seguintes condições:

I - Não conter qualquer informação, elemento gráfico ou elemento comercial da marca e respectivo fabricante nas superfícies externas e internas;

II - Não apresentar elemento decorativo, em qualquer forma ou textura, como relevos, realces, proeminências, ou quaisquer outros nas superfícies externas e internas;

III - Apresentar cor única nas superfícies externa e interna, determinada por regulamento próprio;

IV - Apresentar nome da marca, tamanho e cor de sua respectiva fonte, impressos na superfície externa conforme padronização determinada por regulamento próprio;

V - Não conter qualquer recurso que altere as características da embalagem, inclusive àqueles destinados a emitir sons, luzes ou imagens;

VI - As imagens de advertência sanitária, conforme disponibilizadas pela ANVISA, devem ocupar, obrigatoriamente, 100% da área de uma das maiores faces visíveis ao público, e 67% da parte superior da área da outra maior face visível ao público em toda a extensão da sua largura, conforme regulamentação própria;

VII - A mensagem de advertência sanitária “Venda proibida a menores de 18 anos”, conforme regulado pela ANVISA, deve ocupar, obrigatoriamente, 25% do comprimento e toda a extensão da largura da área de uma das maiores laterais;

VIII - A mensagem de advertência sanitária, conforme disponibilizado e regulado pela ANVISA, deve ocupar, obrigatoriamente, 75% do comprimento e toda a extensão da largura da área de uma das maiores laterais;

IX - Apresentar nome da marca;

X - Apresentar componentes principais;

XI - Apresentar nome dos aditivos;

XII - Apresentar tipo do produto;

XIII - Apresentar quantidade do produto na embalagem;

XIV - Apresentar nome e CNPJ do fabricante;

XV - Apresentar, quando for produto importado, nome e CNPJ do importador;

XVI - Apresentar data de fabricação do produto;

XVII - Apresentar número do lote;

XVIII - Apresentar contato do Serviço de Atendimento ao Consumidor;

XIX - Apresentar código de barras;

§1º O selo de controle da Secretaria da Receita Federal do Brasil, quando aplicado, não alterará os parâmetros gráficos das advertências sanitárias, não as reduzirá e nem poderá sobrepô-las.

§2º O disposto no inciso III, quanto à **cor** da embalagem, não se aplica:

I - Às mensagens e imagens das advertências sanitárias, previstas na Lei 9.294/1996;

II - Às demais informações exigidas pela legislação vigente;

III - Ao nome da marca e demais informações obrigatórias, estabelecidas nesta Lei;

§3º Qualquer envoltório externo à embalagem deve ser transparente, incolor e sem qualquer elemento gráfico;

Art. 4º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária regulamentará os dispositivos desta Lei.

Art. 5º O não cumprimento do disposto nesta Lei constitui infração sanitária, sujeitando o infrator às penalidades da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977 e Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996 e demais disposições aplicáveis.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, respeitados os prazos estabelecidos em regulamento para adequação e escoamento de embalagens já existentes.

JUSTIFICATIVA

A lei 9.294/96, alterada pela Lei 12.546/11, proíbe qualquer tipo de propaganda comercial de produtos derivados de tabaco no Brasil, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de venda. Ao fazer essa concessão, o Brasil deixa de cumprir com a Convenção Quadro para o Controle do

Tabaco (CQCT) que determina a proibição **total** da publicidade, promoção e patrocínio de tabaco (artigo 13). O artigo 11 da CQCT determina a adoção da embalagem e etiquetagem que não induzam o consumidor a erro com relação a efeitos à saúde, riscos e emissões de produto de tabaco.

O objetivo dessas medidas é que não seja promovido e incentivado o consumo de um produto notariamente danoso à saúde com risco de doenças e mortes.

Mesmo com a proibição da propaganda comercial, a permissão da exposição das embalagens de produtos derivados do tabaco viabiliza a promoção destes produtos, pois as embalagens são um canal de comunicação dos fabricantes com os consumidores, ainda que em potencial.

Sobre o uso das embalagens como estratégia de marketing das empresas de tabaco, destaque-se publicação do Instituto Nacional do Câncer[1]:

> "Há mais de um século, companhias de tabaco desenvolvem sofisticadas estratégias de marketing para as embalagens de seus produtos com o objetivo de reforçar a iniciação do tabagismo entre jovens e a manutenção da dependência e do consumo entre os usuários regulares. Essa estratégia tem se tornando cada vez mais utilizada, principalmente devido à tendência mundial de banir a propaganda dos produtos de tabaco.
>
> Documentos internos de companhias de tabaco demonstram o quanto o design das embalagens é essencial para a expansão do consumo.
>
> Ao contrário de outros produtos onde a embalagem é descartada depois de aberta, os fumantes geralmente mantêm o maço até consumir todos os cigarros. Ou seja, os maços ficam 24 horas por dia com os fumantes, que os levam para todos os lugares, deixando-os constantemente expostos. Por isso, as embalagens funcionam como uma forma de propaganda, permitindo um alto grau de visibilidade social do produto. Daí o reconhecimento dos maços de cigarros como produto "crachá", "emblema" ou "símbolo".
>
> As embalagens também são usadas como forma de criar a percepção sobre o produto. A cor, a forma e as letras da embalagem comunicam perfeitamente o teor, o gosto e a sensação esperada. Vários estudos

[1] "Brasil – Advertências Sanitárias nos Produtos de Tabaco – 2009" – Ministério da Saúde - Instituto Nacional do Câncer – INCA – Rio de Janeiro/RJ – 2008. Versão digital disponível no link: http://www.inca.gov.br/tabagismo/publicacoes/brasil_advertencias_sanitarias_nos_produtos_de_tabaco2009b.pdf Acesso em 17/12/2014.

demonstram como a visão da embalagem afeta a forma como o fumante descreve as características do produto:

> "Maços vermelhos conotam sabor forte, maços verdes conotam frescor ou mentol e os maços brancos sugerem saúde e segurança. E se você colocar um cigarro de baixos teores em um maço vermelho, as pessoas dirão que ele tem um sabor mais forte do que o mesmo cigarro quando colocado em um maço branco".

Um exemplo disso aconteceu no Brasil em 2001, quando o governo proibiu a utilização de descritores de marcas de cigarros como os termos light, ultralight e suave, e as companhias de tabaco passaram a investir nas cores das embalagens para representar variações dentro de uma mesma família de marca.

Note-se, ainda, que os produtos derivados do tabaco são expostos nos locais de venda ao lado de balas, chocolates e outros produtos de *bomboniére*, que são notoriamente destinados ao público infanto-juvenil. Isso promove a aceitação social e um contexto social favorável expansão do consumo dos produtos de tabaco, apesar de todos os seus efeitos deletérios já amplamente conhecidos.

Segundo a Organização Mundial da Saúde, o tabagismo é uma doença pediátrica, pois cerca de 90% dos fumantes começam a fumar na adolescência, e 2/3 tornam-se fumantes regulares antes dos 19 anos de idade[2][3][4], época da vida marcada por intensas mudanças, pela busca de auto-afirmação, rebeldia e também pela transgressão, na qual o jovem quer experimentar novas atitudes e comportamentos. A cada dia 100 mil jovens começam a fumar, sendo que 80% deles vivem em países em desenvolvimento[5].

No Brasil, pesquisa realizada pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID)[6] em 2010, apontou que a idade média do primeiro uso de tabaco é de 13,3 anos[7]. Ressalta-se assim que a iniciação ocorre na maior parte dos casos por menores de idade. A Pesquisa Nacional sobre Saúde do Escolar (PENSE) do Ministério da Saúde e IBGE, de 2012, mostrou que a proporção

---

[2] SAMHSA, HHS, Calculated based on data in 2009 National Household Survey on Drug Use and Health, http://www.oas.samhsa.gov/nsduh.htm. Consultado em 17/05/2011

[3] Gender, women and the tobacco epidemic, WHO, 2010

[4] Ação global para o controle do tabaco, 1o tratado internacional de saúde pública, 2ª edição, Ministério da Saúde, Instituto Nacional de Câncer, 2003

[5] Cavalcante TM. O controle do tabagismo no Brasil: avanços e desafios. Rev.Psiquiatr.Clín. 2005;32(5):283-300.

[6] VI Levantamento Nacional sobre o Consumo de Drogas Psicotrópicas entre Estudantes do Ensino Fundamental e Médio das Redes Pública e Privada de Ensino nas 27 Capitais Brasileiras – 2010/E. A. Carlini (supervisão) [et. al.], -- São Paulo: CEBRID- Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas: UNIFESP - Universidade Federal de São Paulo 2010. Pág. 14. www.obid.senad.gov.br/portais/OBID/biblioteca/documentos/Publicacoes/328890.pdf
Acessado em 16/05/2014.

[7] VI Levantamento nacional sobre o consumo de drogas psicotrópicas entre estudantes do ensino fundamental e médico da rede pública de ensino nas 27 capitais brasileiras. São Paulo: Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID).

de estudantes do ensino fundamental (entre 13 e 15 anos) que experimentaram cigarros foi de 22,3%[8].

Considerando a iniciação durante o período de infância e adolescência, o tabagismo é uma doença pediátrica, que requer medidas preventivas e legislativas visando-se evitar o consumo entre crianças e adolescentes[9][10].

O Brasil passou a adotar medidas mais efetivas de controle do tabagismo há 20 anos. A proibição da publicidade de produtos de tabaco nos meios de comunicação de massa e as advertências sanitárias nos maços contribuíram para a redução da prevalência pela metade, de 34% em 1989[11] para 17,2%% em 2008[12].

Entretanto, a indústria do tabaco soube se utilizar das lacunas da lei e inovaram em termos de estratégias de *marketing.* As sedutoras e inventivas embalagens de cigarros, com cores, imagens e formas diversas, reduzem ou retiram a eficácia informativa das advertências sanitárias. Daí a necessidade de se proibir totalmente a publicidade, o que inclui a adoção de embalagens padronizadas para produtos de tabaco.

A pedido da Aliança de Controle do Tabagismo[13], o Instituto Datafolha realizou três pesquisas sobre os pontos de venda e a influência da exposição das embalagens de cigarros em jovens, crianças e adolescentes e os resultados foram reveladores: (I) 79% dos jovens de 12 a 22 anos de idade disseram que veem cigarros à venda nas padarias, 71% nos supermercados e 50% nos bares; (II) a maioria dos estabelecimentos que comercializa cigarros possui, num raio de até um quilômetro, alguma escola de nível fundamental ou médio próxima e (III) 74% da população brasileira acredita que a exposição dos cigarros nesses locais influencia a iniciação de crianças e adolescentes e mais, 64% dos entrevistados são favoráveis à opinião de que os “cigarros devem ficar escondidos da visão do público em geral”.

Embalagem padronizada significa que todas as embalagens de cigarro e outros produtos de tabaco são iguais, padronizadas em termos de forma, tamanho, modo de abertura, cor, fonte, livre de marcas, design e logos.

A Austrália passou a adotar as embalagens padronizadas em dezembro/2012,

[8] http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pense/2012/pense_2012.pdf. Acesso em 09/12/2014
[9] Manual de Orientações Dia Mundial Sem Tabaco, MINISTÉRIO DA SAÚDE
Instituto Nacional de Câncer (INCA), 2008
[10] Ação global para o controle do tabaco, 1o tratado internacional de saúde pública, 3ª edição, Ministério da Saúde, Instituto Nacional de Câncer, 2004, disponível em:
http://www.inca.gov.br/tabagismo/cquadro3/acao_global.pdf. Acesso em 13/07/2011
[11] Tabagismo: Um grave problema de saúde pública. Instituto Nacional do Câncer – INCA. 2007
[12] IBGE – Pesquisa Especial de Tabagismo (PETab) 2013: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias
Acesso em 28/06/2012
[13] http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/738_embalagem_generica.pdf Acesso em 17/12/2014

e desde então as taxas de prevalência de fumantes vem caindo[14], de 15,1% em 2010 para 12,8% em 2013.[15]

A proibição total da publicidade, promoção e patrocínio do tabaco é constitucional. A Constituição Federal de 1988 determina a restrição à publicidade de produtos nocivos à saúde (art. 220, §4º), podendo inclusive ser total, desde que justificada como demonstra o parecer do Professor Doutor Virgílio Afonso da Silva[16].

A indústria do tabaco tem alegado em foros internacionais que a adoção de embalagem padronizada violaria direito de propriedade intelectual das empresas sobre as marcas. Contudo, não há qualquer violação à propriedade intelectual ou ao direito de uso da marca nessa hipótese, isso porque tais direitos garantem ao seu titular o uso exclusivo de sua marca, que não pode ser utilizada por terceiros. Ao adotar-se a embalagem padronizada para os produtos de tabaco não há aquisição das marcas de cigarro por ninguém, mas restrição quanto ao seu uso.

Ademais, a Organização Mundial do Comércio reconhece que a saúde pública deve prevalecer em relação a tratados comerciais.

17 de dezembro de 2014

Deputado **Darcísio Perondi** (PMDB/RS)

Deputado Ivan Valente (Psol/SP) Deputado Chico Alencar (Psol/RJ)

Deputado Cesar Colnago (PSDB/ES) Deputado Luiz Couto (PT/PB)

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

[14] De acordo com os resultados divulgados em julho/2014 pelo Instituto Australiano de Saúde e Bem Estar (Australian Institute of Health and Welfare – AIHW), disponível em http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/948_Smoking_rates_alcool_fumo_Australia.pdf

[15] http://www.actbr.org.br/uploads/conteudo/948_Smoking_rates_alcool_fumo_Australia.pdf Acesso em 16/12/2014

[16] http://actbr.org.br/uploads/conteudo/284_parecer_juridico_publicidade.pdf Acesso em 16/12/2014

.....

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 Nº 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 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)*

.....
.....

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA ,
Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;

II - multa;
III - apreensão de produto;
IV - inutilização de produto;
V - interdição de produto;
VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;
VII - cancelamento de registro de produto;
VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;
IX - proibição de propaganda; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera. *(Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998)*
XII - imposição de mensagem retificadora; *(Inciso acrescido Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*
XIII - suspensão de propaganda e publicidade. *(Inciso acrescido Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*
§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:
I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);
II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);
III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais). *(Primitivo § 1º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998 e renumerado com nova redação dada Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*
§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência. (*Primitivo § 1º-B acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998 e renumerado Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*
§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator. *(Primitivo § 1º-D acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/8/1998 e renumerado Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*
.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 92, DE 2015

(Do Sr. Adail Carneiro)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, vedando a publicidade de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1007/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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", vedando a publicidade de bebidas alcoólicas, cervejas e assemelhados.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes modificações:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a zero vírgula vinte e cinco grau Gay-Lussac (NR)."

"Art. 4º. É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nos veículos impressos, em cartazes, outdoors e assemelhados e nas emissoras de rádio e televisão (NR).

§ 1º Será admitida a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas e a sua divulgação em cartazes fixos, no interior do local, desde que acompanhada de cláusulas de advertência (NR).

.....

§ 3º A regulamentação desta lei poderá estender as disposições deste artigo a produtos assemelhados a bebida alcoólica, mesmo que apresentem teor alcoólico inferior aos limites referidos no parágrafo único do art. 1º."

"Art. 4º-B. A propaganda fixa ou móvel de bebidas alcoólicas em estádio, pista, palco ou local similar ficará restrita aos eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou

realizados por instituições estrangeiras.

§ 1º A transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, dos eventos de que trata o caput, bem assim de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro, patrocinados por empresas ligadas a bebidas alcoólicas, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência, na forma do regulamento.

§ 2º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência prevista no § 1º."

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas, especialmente em períodos de festividades e de grandes eventos, tem representado um fator agravante de acidentes de trânsito, episódios de violência e aumento de doenças crônicas. Os indicadores pioram a cada ano, revelando uma tendência preocupante que resultará, no longo prazo, em perdas de vidas, prejuízos ao sistema público de saúde e degradação das relações familiares e de trabalho.

Trata-se de tragédia que se reproduz em inúmeros países. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o uso do álcool resultou em 2004 na morte de 2,5 milhões de pessoas no mundo, entre elas 320.000 jovens com idades entre 15 e 29 anos. Diante do papel indutor de consumo que a publicidade vem cumprindo, a estratégia delineada pela OMS para combater o que chama de praga do alcoolismo combina restrições à publicidade, elevação dos preços das bebidas e prevenção do consumo.

Por outro lado, após a atualização da Lei Murad, Lei nº 9.294, de 1996, vedando a propaganda do tabaco, houve uma expressiva redução de consumo de produtos do tabaco no País, o que ilustra, por si só, a conveniência e a eficácia das medidas aprovadas por esta Casa. Dados da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) apontam para uma redução de 30% no número de fumantes no Brasil, desde a mudança das disposições da Lei Murad.

Oferecemos à Casa, então, proposta que equipara o tratamento da propaganda da bebida alcoólica à de derivados do tabaco. Não desejamos demonizar a bebida alcoólica, produto tradicional e ligado à cultura brasileira. No entanto, estamos convencidos que seu consumo deve ser uma decisão livre e particular de cada pessoa, sem as pressões impostas por uma propaganda agressiva. Desse modo, o consumo da bebida se adequará aos desejos e preferências individuais, despido de pressões. Esperamos, pois, contar com o

apoio de nossos ilustres Pares, indispensável à aprovação da proposta.

Sala das Sessões, em 02 de fevereiro de 2015.

DEPUTADO ADAIL CARNEIRO
PHS/CE

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 Nº 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 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)*

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 conterá, 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 seqüencialmente, 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 seqüencialmente 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. 3ºC, 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. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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.

.....

.....