



C0055780A
A standard linear barcode representing the identifier C0055780A.

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.496-A, DE 2015

(Do Sr. Sóstenes Cavalcante)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a publicidade de bebidas alcoólicas em eventos de natureza desportiva; tendo parecer da Comissão do Esporte, pela rejeição (relator: DEP. VALADARES FILHO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

ESPORTE;

SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIAÇÃO:

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

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão do Esporte:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a publicidade de bebidas alcoólicas em eventos de natureza desportiva.

Art. 2º Esta Lei altera-se os art. 1º e art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

“Art. 1º.

.....
Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 1 (um) grau Gay Lussac.

“Art. 4º.

.....
§ 3º Fica vedada a propaganda de bebidas alcoólicas, estática ou não, em eventos e competições esportivas de qualquer natureza, dentro do território nacional, em área equivalente a um raio de 100 metros ao redor do evento ou no local de sua realização.(NR)”

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei Murad (Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996) prestou enorme serviço ao País ao banir a propaganda de cigarros e similares e o consumo desses produtos em locais públicos e fechados. Porém, pouco se avançou no combate ao consumo exagerado de álcool, a chamada “droga lícita”, em que pese esteja comprovada a sua relação com o aumento da violência, nas suas mais diferentes modalidades.

A cultura do álcool é tão forte no Brasil que mesmo todo o esforço feito por esta Casa para discutir o tema, por meio de Comissão Especial criada em 2011, não logrou resultado. O Projeto de Lei nº 3.721, de 2012, por exemplo, que foi um dos resultados concretos da comissão, foi recentemente declarado prejudicado em razão da aprovação do PL nº 5.502, de 2013, transformado na Lei nº 13.106, de 2015. O PL prejudicado proibia a venda de bebidas em estádios de futebol, ginásios e similares, além das proximidades de escolas. Com ele, foram arquivadas inúmeras proposições sobre o assunto, com finalidades diversas.

Em nosso entendimento, esse arquivamento é um equívoco, na medida em que a referida Lei nº 13.106, de 2015, limita-se a tratar de um único assunto, e não aborda, por exemplo, a questão da publicidade. Ao contrário, o diploma torna crime vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar bebida alcoólica a criança ou a adolescente, ou seja, trata-se de um escopo diferente do que se pretendia com inúmeras proposições em tramitação nesta Casa.

Por esta razão, estamos apresentando nova proposta que ressuscita o debate nesta Casa sobre os limites ao consumo de álcool, de maneira direta ou indireta, ou seja, por meio da propaganda. Sabemos o quanto normal é a associação entre o consumo de bebidas e a prática de esportes, por mais que sejam práticas inconciliáveis. Se consumida em excesso, a bebida faz comprovadamente mal à saúde.

Sabemos que proibir a venda é medida que pode ter o mesmo destino dos projetos anteriores, ao passo que proibir a propaganda terá certamente um impacto muito maior em razão da audiência dos programas esportivos, sem suscitar as resistências de outrora já registradas numa casa política como o Congresso. Assim, optamos por elaborar uma proposição que vise o combate aos malefícios do álcool sem o enfrentamento direto do problema, estratégia que já se mostrou inviável graças ao poderoso lobby que o setor exerce nesta Casa.

Desse modo, apresentamos proposição que proíbe a publicidade durante eventos ou competições esportivas de qualquer natureza, seja em uma apresentação de ginástica olímpica ou numa corrida automobilística. Adicionalmente, incluímos também as cervejas no rol das bebidas alcoólicas que estão sob a égide da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, por meio da alteração do Parágrafo Único do art. 1§ da referida Lei. Pela proposta que ora apresentamos, consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 1 (um) grau Gay Lussac, e não mais treze graus, como explica a lei vigente.

Em que pese os fabricantes de bebida sejam importantes patrocinadores desse tipo de eventos, o que deve ser levado em conta nesta discussão é o interesse público. Associar um produto a uma imagem de sucesso e triunfo é uma estratégia conhecida do mercado publicitário, mas que muitas vezes ludibriaria especialmente os mais jovens, criando uma cultura de consumo da bebida, prejudicial à saúde do indivíduo e à segurança da sociedade.

Pelas razões aqui expostas, e cientes de que esta proposta não é tão abrangente quanto gostaríamos, porém tem maiores chances de

aprovação nesta Casa, peço o apoio dos nobres Parlamentares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 12 de maio de 2015.

Deputado Sóstenes Cavalcante

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

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

LEI N° 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as Restrições ao Uso e à Propaganda de Produtos Fumígeros, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos 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.

.....
.....

LEI N° 13.106, DE 17 DE MARÇO DE 2015

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 a 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.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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 a 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 13 de julho 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.

Brasília, 17 de março de 2015; 194º da Independência e 127º da República.

DILMA ROUSSEFF
José Eduardo Cardozo
Miguel Rossetto
Ideli Salvatti

COMISSÃO DO ESPORTE

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei n.º 1.496, de 2015, de autoria do Deputado Sóstenes Cavalcante, visa a proibir a publicidade de bebidas alcoólicas em competições esportivas de qualquer natureza, dentro do território nacional, por meio da alteração da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, a qual dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

A tramitação dá-se conforme o art. 24, inciso II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD), sendo conclusiva a apreciação do mérito pela Comissão do Esporte (CESPO) e pela Comissão da Seguridade Social e Família (CSSF). Cabe, ainda, à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) examinar a constitucionalidade, a juridicidade e a técnica legislativa, nos termos do art. 54, do RICD.

Transcorrido o prazo regimental, o projeto não recebeu emendas no âmbito desta Comissão.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A Constituição Federal (CF) de 1988, em seu art. 24, dispõe que *Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: [...]*

V - produção e consumo; [...]

IX - educação, cultura, ensino, desporto, ciência, tecnologia, pesquisa, desenvolvimento e inovação; [...]

§ 1º No âmbito da legislação concorrente, a competência da União limitar-se-á a estabelecer normas gerais.

Ao editar o Estatuto do Torcedor (Lei n.º 10.671, de 15 de maio de 2003), a União dispôs sobre normas gerais de defesa e proteção do torcedor no desporto profissional. A Lei n.º 12.299, de 27 de julho de 2010, com o intuito de coibir episódios de violência em competições desportivas profissionais, modificou o Estatuto do Torcedor. Entre as alterações, destaca-se a proibição do porte e do consumo de bebidas suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência nos recintos esportivos.

Na prática, portanto, desde a edição da Lei n.º 12.299, de 2010, a comercialização e o consumo de bebidas alcoólicas estão proibidas em estádios de todo o país que sediem competições profissionais. Esta proibição contempla a preocupação do nobre Deputado Sóstenes Cavalcante, no que se refere à associação entre o consumo exagerado do álcool e o aumento da violência social.

A proibição da publicidade de bebidas alcoólicas em eventos de natureza desportiva, objeto desta proposição, além de não contribuir para o incremento da redução da violência, geraria um significativo problema financeiro aos já deficitários clubes de futebol brasileiros.

Apenas para efeito de dimensionar esse prejuízo, estima-se que, em 2014, os 20 clubes da série A do Campeonato Brasileiro de Futebol receberam cerca de R\$1,1 bilhão a título de “direitos de televisão”. Para 2015, a emissora detentora dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro da série A e da Copa do Brasil fechou seis cotas de patrocínio no valor de R\$225 milhões, totalizando R\$1,350 bilhão. Dessas cotas, uma delas corresponde a uma grande empresa relacionada ao segmento de bebidas alcóolicas.

Nesse contexto, a eventual proibição da publicidade de bebidas alcoólicas em eventos de natureza desportiva, além de inócua em termos de redução de índices de violência, impactaria negativamente os valores que as empresas de comunicação detentoras de direito de transmissão dessas competições repassam aos clubes nacionais.

Por todas as razões expostas, votamos pela rejeição do Projeto de Lei n.º 1.496, de 2015.

Sala da Comissão, em 06 de agosto de 2015.

Deputado **Valadares Filho**
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão do Esporte, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 1.496/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Valadares Filho.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Hélio Leite e João Derly - Vice-Presidentes, Afonso Hamm, Andres Sanchez, Carlos Eduardo Cadoca, Danrlei de Deus Hinterholz, Evandro Roman, Jhonatan de Jesus, José Airton Cirilo, Marcelo Aro, Rogério Marinho, Rubens Bueno, Valadares Filho, Adelson Barreto, Alan Rick, Edinho Bez, Flávia Morais, Marcelo Matos, Pedro Fernandes e Tenente Lúcio.

Sala da Comissão, em 2 de setembro de 2015.

Deputado **MÁRCIO MARINHO**
Presidente

FIM DO DOCUMENTO