



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 7.898, DE 2017 **(Do Sr. Rômulo Gouveia)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir o anúncio de bebidas alcóolicas em repartições públicas.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-1557/2015.

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir o anúncio de bebidas alcóolicas em repartições públicas.

Art. 2 Inclua-se o Art. 4º B na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

“Art. 4º B Fica vedada a publicidade de qualquer forma ou em qualquer meio, bem como a venda de bebidas alcóolicas com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac, além de cervejas e similares, em repartições públicas e congêneres em todas as esferas de poder, entre os entes federados, ainda que tais órgãos e entes públicos sejam destinados exclusivamente às atividades educacionais, culturais e artísticas.”

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumo exagerado de bebida alcóolica tem se mostrado um grande problema no âmbito da sociedade brasileira. Além do aumento da violência doméstica e de gênero, os acidentes automobilísticos causados motoristas embriagados provocam grande impacto no aumento dos custos hospitalares, sobrecarregando o Sistema Único de Saúde e causando grandes prejuízos financeiros ao País. Há que se considerar ainda o dano irreparável provocado nas famílias pela perda de vidas e a mutilação de pessoas saudáveis.

Por outro lado, a juventude também tem sido fortemente influenciada pelo consumo irrefreado de bebidas alcóolicas, produzindo, desde cedo, hábitos nocivos nas novas gerações. Segundo estudos científicos citados no guia da Sociedade Brasileira de Pediatria - SBP, conforme matéria

publicada no site da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)¹, quase 40% dos adolescentes brasileiros experimentaram álcool pela primeira vez entre 12 e 13 anos. “A maioria deles bebe entre familiares e amigos, estimulados por conhecidos que já bebem ou usam drogas. Entre adolescentes de 12 a 18 anos que estudam nas redes pública e privada de ensino, 60,5% declararam já ter consumido álcool. Ao ser apresentado a essa publicidade, acaba estimulado precocemente a ingestão de bebidas alcoólicas. Os especialistas afirmam que o consumo de álcool e drogas durante a adolescência está associado a vários fatores, como a sensação juvenil de onipotência, o desafio à estrutura familiar e social, à curiosidade e impulsividade, necessidade de aceitação, busca de novas experiências e baixa autoestima”, diz a reportagem.

Segundo a SBP, além dos fatores individuais de predisposição juvenil, colabora ainda o fácil acesso às bebidas no Brasil e o marketing que associa o álcool a prazer, sucesso, beleza. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), cerca de 2,5 milhões de pessoas morrem a cada ano no mundo devido ao consumo excessivo de álcool. O índice chega a 4% do total da mortalidade mundial e é maior do que as mortes registradas em decorrência da AIDS ou tuberculose.

A proposta do presente projeto de lei é proibir a publicidade de bebidas alcoólicas nos espaços reservados à publicidade nos órgãos e autarquias públicas. A proposta ancora-se no disposto no Artigo 220, parágrafo 4º, da Constituição Federal, que estabelece a propaganda comercial de bebidas alcoólicas estará sujeita a restrições legais. A base legal para as restrições ao marketing é a Lei nº 9.294/96, que trata do horário de veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão, que só podem ser exibidas das 21h às 6h.

A despeito da má aplicação da lei específica, temos ainda o problema da permissividade legal, por meio de lacunas deixadas pelos legisladores. Este projeto ataca uma delas, ao proibir a venda de qualquer tipo de publicidade de bebidas ou até mesmo a publicidade sobre elas, em autarquias e

¹ Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-02/guia-alerta-sobre-consumo-precoco-de-bebidas-alcoolicas-entre-jovens>. Acessado em: 06.06.2017.

órgãos públicos, seja em nível federal, estadual ou municipal. No guia referido acima, as recomendações incluem ainda a responsabilidade dos gestores públicos, nas esferas municipal, estadual e federal, principalmente na restrição da oferta de bebidas aos adolescentes e no aumento da fiscalização da idade mínima, de 18 anos, permitida para beber.

Assim, o projeto em tela também inclui nas restrições as cervejas e produtos similares, que, conforme a Lei Murad, não são considerados bebidas alcóolicas por possuírem teor inferior a treze graus Gay Lussac. Sabe-se que outras medidas associadas podem ser adotadas, como o aumento de impostos e dos preços das bebidas, porém a proibição das propagandas alusivas em órgãos públicos é um avanço importante na promoção de hábitos saudáveis em nossa sociedade, inclusive em locais onde a cultura é promovida pelo Estado, como deve ser, a exemplo dos centros culturais da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil espalhados pelo País.

Pela relevância do presente projeto no sentido de respeitar a vida, entre outros valores, pedimos o apoio dos Deputados para aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 20 de junho de 2017.

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**
PSD/PB

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL Seção de Legislação Citada - SELEC
--

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos

direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

.....

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 Fumíferos, Bebidas

Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e
Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do
art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

.....

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

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

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

Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008\)](#)

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

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

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

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
