

**AVULSO NÃO
PUBLICADO
AG. DEFINIÇÃO
PARECERES
DIVERGENTES**



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 365-B, DE 2015

(Do Sr. Marco Antônio Cabral)

Dá nova redação ao §7º 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 fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do §4º do art. 220 da Constituição Federal; tendo parecer da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, pela rejeição (relator: DEP. ZECA CAVALCANTI); e da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. CELSO RUSSOMANNO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO;
DEFESA DO CONSUMIDOR
SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

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

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

III - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. O §7º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de Julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“§7º. As embalagens de bebidas com teor alcoólico superior a trinta graus Gay Lussac, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no *caput* deste artigo conterão a advertência mencionada no §2º, resguardado o ditame do art. 4º, § 2º” (NR)

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

Brasília,

JUSTIFICATIVA

O projeto de lei apresentado tem por objetivo a permanente comunicação dos malefícios causados pela ingestão de bebidas de alto teor alcoólico. A Lei 9294/1996 restringe a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, por meio de princípios e regras a serem observadas por fabricantes e comerciantes dos mencionados produtos e substancias.

O consumo de bebidas alcoólicas no Brasil cresceu excessivamente. Segundo relatório da Organização Mundial da Saúde, 32,4% dos homens e 10,1% das mulheres consumiram bebidas alcoólicas de forma abusiva. O estudo da OMS avaliou a ingestão de álcool em 100 países e deparou-se com a impressionante estatística de que aproximadamente 2,5 milhões de pessoas morrem anualmente devido ao consumo inadequado de álcool. A pesquisa entrevistou homens e mulheres com idade a partir dos 15 anos. (Fonte: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/aumenta-consumo-de-bebidas-alcoolicas-no-brasil-segundo-a-oms>).

No Brasil, os adolescentes começam a beber cada vez mais cedo e consomem bebidas de diferentes teores alcoólicos sem informações precisas quanto aos efeitos das substancias ingeridas. Segundo pesquisa da editora Abril, por meio da Revista Veja, 80% dos adolescentes já beberam alguma vez na vida e 22% dos jovens estão sob risco de desenvolver dependência do álcool. (Fonte: <http://veja.abril.com.br/noticia/saude/adolescentes-comecam-a-beber-cada-vez-mais-cedo>).

Portanto, a tramitação e aprovação do presente projeto de lei é importante para não somente informar de forma precisa a população brasileira sobre os males da ingestão inadequada de bebida alcoólica, mas principalmente para esclarecer a juventude brasileira que qualquer bebida ou substância deve ser ingerida de forma segura e responsável.

Brasília, 11 de fevereiro de 2015.

MARCO ANTÔNIO CABRAL
Deputado Federal PMDB/RJ

<p align="center">LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</p>
--

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. 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 sequencialmente, 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 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 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 sequencialmente, 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.

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

I – RELATÓRIO

Trata-se de projeto de lei que introduz dispositivo na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições à propaganda de bebidas com teor alcoólico superior a 30º Gay Lussac, para que suas embalagens contenham advertências sobre os malefícios de seu consumo, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, conforme o disposto no § 2º do art. 3º da mesma Lei.

Justifica o ilustre Autor que o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil cresceu excessivamente, aumentando o percentual de consumidores que fazem uso abusivo delas, bem como se expandiu o seu consumo por crianças e

adolescentes. Por essa razão entende que os malefícios do consumo de bebidas alcoólicas devem ser constantemente explicitados por advertências regulamentadas.

A matéria ainda será apreciada de forma conclusiva pelas Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania, em regime de tramitação ordinária.

Não foram apresentadas emendas no prazo regimental.

II - VOTO DO RELATOR

Cabe à Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio proferir parecer sobre o mérito econômico da matéria em tela.

Preliminarmente, entendemos que a preocupação do ilustre Autor é louvável, no sentido de que é de extrema importância para a população que haja total transparência sobre o fato de que sua opção pelo uso da bebida alcoólica pode lhe provocar malefícios comprovados à saúde e ao seu desempenho físico e psicológico, com efeitos negativos sobre sua produtividade.

A Câmara dos Deputados já aprovou, nos últimos anos, várias medidas de combate ao consumo excessivo de álcool, tais como a Lei 13.106/15, que passou a considerar como crime a venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos, a “Lei Seca”, que pune com rigor a direção de veículos por quem tenha ingerido bebidas, entre outras. No caso específico da Lei 13.106/15, a venda de bebidas alcoólicas de qualquer gradação para menores passou a ser crime passível de punição com 2 a 4 anos de detenção para o eventual infrator, demonstrando o rigor do legislador.

Considerando a necessidade do constante aperfeiçoamento das ações de controle sanitário na área de alimentos visando à proteção à saúde da população e a importância do estabelecimento de regulamentos técnicos de rotulagem de alimentos embalados, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) aprovou a Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002, que estabelece o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados.

A referida Resolução define embalagem como sendo “o recipiente, o pacote ou a embalagem destinada a garantir a conservação e facilitar o transporte e manuseio dos alimentos”, sendo que a aplicação da referida Resolução destina-se a “todo alimento que seja comercializado, qualquer que seja sua origem, embalado na ausência do cliente, e pronto para oferta ao consumidor”.

Dessa forma, todo alimento embalado, nos termos acima, deve respeitar a regulamentação em referência, inclusive e principalmente no que se refere à rotulagem, o que, nos termos da Resolução significa “toda inscrição, legenda, imagem ou toda matéria descritiva ou gráfica, escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo ou litografada ou colada sobre a embalagem do alimento” .

A Resolução em comento contempla toda sorte de informação obrigatória que deve constar nas embalagens dos produtos, tais como, mas não se limitando a: denominação de venda do alimento, lista de ingredientes, conteúdos líquidos, identificação da origem, nome ou razão social e endereço do importador, no caso de alimentos importados, identificação do lote, prazo de validade e instruções sobre o preparo e uso do alimento, quando necessário.

Não obstante a regulamentação em referência, no caso de bebidas alcóolicas, existe regulamentação adicional imposta pelo Decreto nº 6.871, de 04 de junho de 2009, o qual regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

Para fins do referido Decreto, bebida alcoólica “é a bebida com graduação alcoólica acima de meio por cento em volume até cinquenta e quatro por cento em volume”.

A mesma legislação determina que “o rótulo da bebida deverá conter, em cada unidade, sem prejuízo de outras disposições de lei, em caracteres visíveis e legíveis, os seguintes dizeres: (i) nome empresarial do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador, (ii) endereço do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador, (iii) número do registro do produto no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou o número do registro do estabelecimento importador, quando bebida importada, (iv) denominação do produto, (v) marca comercial, (vi) ingredientes, (vii) a expressão: Indústria Brasileira, por extenso ou abreviada, (viii) conteúdo, expresso na unidade de medida correspondente, de acordo com normas específicas, (ix) graduação alcoólica, expressa em porcentagem de volume alcoólico, quando bebida alcoólica, (x) grau de concentração e forma de diluição, quando se tratar de produto concentrado, (xi) forma de diluição, quando se tratar de xarope, preparado líquido ou sólido, (xii) identificação do lote ou da partida, (xiii) prazo de validade; e (xiv) frase de advertência, conforme estabelecido em legislação específica.

”

Além das obrigações legais acima descritas, a Lei nº. 9.294, de julho de 1996, dispõe, em seu artigo 4º, parágrafo 2º, que “os rótulos das embalagens

de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Não bastasse a regulamentação até aqui exposta, o artigo 220, parágrafo 4º, da Constituição Federal dispõe que "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".

Regulamentando o referido artigo constitucional foi publicado o Decreto nº. 2.018 de 01 de outubro de 1996, que em seu artigo 9º determina que "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 nºs 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".

Além de determinar os dizeres legais a serem afixados nos rótulos das bebidas alcólicas, o referido Decreto 2.018, em linha com o disposto na Lei 9294/96, dispõe ainda sobre a propaganda de bebidas alcólicas para restringir a propaganda comercial de bebidas com teor alcoólico superior a treze graus, em emissoras de rádio e televisão, fora do horário entre às vinte e uma e às seis horas.

Não bastasse toda a regulamentação já apresentada, mister se faz destacar que o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, exarado pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, lista à exaustão as normas éticas aplicáveis à publicidade e propaganda de bebidas alcólicas em Anexo separado .

No Código em referência, item 5, consta a obrigação de que "todo anúncio, qualquer que seja o meio empregado para sua veiculação, conterá "cláusula de advertência" a ser adotada em resolução específica do Conselho Superior do CONAR, a qual refletirá a responsabilidade social da publicidade e a consideração de Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação para com o público em geral. Diante de tais compromissos e da necessidade de conferir-lhes plena eficácia, a resolução levará em conta as peculiaridades de cada meio de comunicação e indicará, quanto a cada um deles, dizeres, formato, tempo e espaço de veiculação da cláusula. Integrada ao anúncio, a "cláusula de advertência" não invadirá o conteúdo editorial do Veículo; será comunicada com correção, de maneira ostensiva e enunciada de forma legível e destacada. E mais: nas embalagens e nos rótulos, deverá reiterar que a venda e o consumo do produto são indicados apenas para maiores de 18 anos."

Diante de toda a legislação exposta, pode-se concluir que o objetivo fundamental proposto pelo Projeto de Lei nº. 365 já está sendo alcançado, uma vez que nos termos da legislação existente, as embalagens de bebidas alcóolicas, assim como as propagandas e, conseqüentemente, os materiais a elas atrelados já devem e já contêm a advertência mencionada no parágrafo 2º, qual seja "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Outro ponto muito importante a ser analisado é que o segmento da produção de bebidas vem enfrentando, em particular, uma tendência de elevação de tributação, mais um fator a ameaçar seu desempenho e capacidade de manutenção de empregos. Nesse sentido, a adoção do disposto no projeto em epígrafe trará custos adicionais relevantes a uma importante indústria que já passa por dificuldades de diversas naturezas, sem que haja ganhos objetivos de inibição do consumo de bebidas alcoólicas pela via da informação direta no rótulo.

Pelas razões expostas, **votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 365, de 2015.**

Sala da Comissão, em 8 de outubro de 2015.

Deputado ZECA CAVALCANTI (PTB-PE)
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 365/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Zeca Cavalcanti.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Júlio Cesar - Presidente, Keiko Ota, Jorge Côrte Real e Laercio Oliveira - Vice-Presidentes, Helder Salomão, Lucas Vergilio, Mauro Pereira, Conceição Sampaio, Eduardo Cury, Enio Verri, Herculano Passos, Luiz Lauro Filho, Mandetta, Otavio Leite, Roberto Góes, Silas Brasileiro e Zeca Cavalcanti.

Sala da Comissão, em 21 de outubro de 2015.

Deputado JÚLIO CESAR
Presidente

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 365, de 2015, de autoria do Deputado Marco Antônio Cabral, propõe inclusão de dispositivo na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições à propaganda de bebidas alcoólicas, para que suas embalagens contenham advertências sobre os malefícios de seu consumo, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, conforme o disposto no § 2º do art. 3º da mesma Lei.

O autor justifica sua proposta ressaltando que o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil teve crescimento surpreendente, elevando, como consequência, o número de consumidores dessas substâncias. Afirma a Justificação, ainda, que, embora proibido, o consumo por parte de adolescentes e, até mesmo de crianças, também aumentou.

Por essa razão, o autor entende que os malefícios do consumo de bebidas alcoólicas devem ser constantemente explicitados por advertências regulamentadas pelo poder público.

O projeto foi distribuído às Comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio; Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania.

O projeto não recebeu emendas no prazo regimental e cabenos, nesta Comissão de Defesa do Consumidor, analisar a questão no que tange à proteção do consumidor e ao equilíbrio nas relações de consumo.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto tem mérito inequívoco, uma vez que é de extrema importância para o consumidor que haja total transparência sobre o fato de que o uso exagerado de bebida alcoólica pode provocar malefícios comprovados à saúde, com efeitos negativos sobre sua vida pessoal e profissional.

A Carta Magna em seu art. 220, § 4º, dispõe que “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”.

Ademais, a determinação legal supracitada, a Lei nº 9.294, de julho de 1996, que dispõe, em seu artigo 4º, § 2º, que “os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: **"Evite o Consumo Excessivo de Álcool"** (grifei).

Regulamentando o dispositivo constitucional mencionado, foi publicado o Decreto nº. 2.018 de 01 de outubro de 1996, que em seu art. 9º determina que “**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 nºs 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"** (grifo nosso).

No entanto, há de se verificar que as normas supracitadas não têm sido cumpridas como deveriam, carecendo, assim, de força coercitiva.

Desta forma, com a finalidade de tornar efetiva a determinação legal, apresentamos este substitutivo na intenção de aperfeiçoar o cumprimento da intenção do nobre autor.

Ante o exposto, votamos pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 365, de 2015, na forma do substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em 02 de agosto de 2017.

Deputado CELSO RUSSOMANNO
Relator

SUBSTITUTIVO AO PL Nº 365, DE 2015

Dá nova redação ao § 7º 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 fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O §7º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de Julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“§7º. As embalagens da bebida mencionada no parágrafo único do artigo primeiro desta lei e o material de propaganda referido no caput deste artigo, conterão a advertência mencionada no §2º, resguardado o ditame do art. 4º, § 2º”, sob pena de multa, nos termos do artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor, com exceção daqueles destinados à exportação.

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

Sala da Comissão, em 02 de agosto de 2017.

Deputado Celso Russomanno

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, com substitutivo, o Projeto de Lei nº 365/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Celso Russomanno.

Estiveram presentes os Senhores Deputados: Rodrigo Martins - Presidente, João Fernando Coutinho, Ricardo Izar e Eros Biondini - Vice-Presidentes, César Halum, Chico Lopes, Eli Corrêa Filho, José Carlos Araújo, Márcio Marinho, Severino Ninho, Weliton Prado, Ademir Camilo, André Amaral, Cabo Sabino, Carlos Henrique Gaguim, Jose Stédile, Júlio Delgado, Lucas Vergilio, Moses Rodrigues, Silvio Costa e Vinicius Carvalho.

Sala da Comissão, em 30 de agosto de 2017.

Deputado RODRIGO MARTINS

Presidente

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL Nº 365, DE 2015

Dá nova redação ao § 7º 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 fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O §7º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“§7º. As embalagens da bebida mencionada no parágrafo único do artigo primeiro desta lei e o material de propaganda referido no caput deste artigo, conterão a advertência mencionada no §2º, resguardado o ditame do art. 4º, § 2º, sob pena de multa, nos termos do artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor, com exceção daqueles destinados à exportação.”

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

Sala da Comissão, em 30 de agosto de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Presidente

FIM DO DOCUMENTO
