

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

PROJETO DE LEI Nº 2.612-A, DE 2015

Acresce artigos à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para obrigar a destinação de locais específicos para acondicionamento de bebidas alcoólicas em lojas de conveniência.

Autor: Deputado MARCOS SOARES

Relatora: Deputada CONCEIÇÃO SAMPAIO

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 2.612/15, de autoria do nobre Deputado Marcos Soares, acrescenta os arts. 4º-B e 4º-C à Lei nº 9.294, de 15/07/96, 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 texto proposto para o art. 4º-B obriga mercados, hipermercados, supermercados, postos de conveniência e estabelecimentos afins que vendam bebidas alcoólicas a disponibilizarem as referidas bebidas em recinto anexo, cuja entrada deverá ser estanque, distinta do recinto principal e vedada aos menores de 18 anos de idade. Já o art. 4º-C estipula que a infração às disposições da referida Lei acarretará ao responsável infrator o sistema de penalidades previsto nos arts. 56 e 57 da Lei nº 8.078, de 11/09/90 - Código de Defesa do Consumidor.

Na justificação do projeto, o ilustre Autor argumenta que a indústria de bebidas investe recursos de monta no desenvolvimento de embalagens e rótulos de cervejas, vinhos e destilados bonitos, elaborados e coloridos para atrair a atenção de potenciais consumidores. Ressalta, ainda, que outra técnica empregada pelos fabricantes de bebidas consiste em dispor seus produtos à vista e ao alcance do cliente em seu trajeto até a caixa de pagamento, já que produtos assim localizados tendem a ser mais comprados, mesmo sem necessidade. Lembra que as lojas de conveniência, os supermercados e os estabelecimentos afins usualmente situam balcões refrigerados e geladeiras com portas transparentes que permitem ver o conteúdo em plena vista e ao lado das caixas, induzindo a aquisição e, portanto, o consumo de bebidas alcoólicas, principalmente entre os jovens. Assim, sua iniciativa busca inibir a ocorrência desse consumo induzido, fazendo com que o acondicionamento de bebidas alcoólicas se dê em recinto estanque do principal e com entrada distinta, sem prejudicar a venda de bebidas para aqueles clientes que deliberadamente adentram um estabelecimento comercial com o intuito de adquiri-las.

O Projeto de Lei nº 2.612/15 foi distribuído em 19/08/15, pela ordem, às Comissões de Defesa do Consumidor; de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços; e de Constituição e Justiça e de Cidadania, em regime de tramitação ordinária. Encaminhada a proposição ao primeiro desses Colegiados em 20/08/15, foi designado Relator, em 25/08/15, o eminente Deputado Felipe Maia. Posteriormente, em 05/10/16, recebeu a Relatoria o ínclito Deputado José Carlos Araújo. Seu parecer, que concluía pela rejeição do projeto em tela, foi aprovado pela Comissão, em sua reunião de 23/11/16. Encaminhada a matéria ao nosso Colegiado em 29/11/16, foi inicialmente designada Relatora, em 01/12/16, a augusta Deputada Josi Nunes. Em 04/04/17, tal missão foi transferida para o nobre Deputado Alan Rick. Mais à frente, em 05/09/17, cominou-se a Relatoria ao ilustre Deputado Luis Tibé. Por fim, recebemos, em 06/12/17, a honrosa missão de relatar a proposição. Não se lhe apresentaram emendas durante o prazo regimental para tanto destinado, encerrado em 14/12/16.

Cabe-nos, agora, nesta Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, apreciar a matéria quanto ao mérito,

nos aspectos atinentes às atribuições do Colegiado, nos termos do art. 32, VI, do Regimento Interno desta Casa.

É o relatório.

II – VOTO DA RELATORA

O projeto de lei ora submetido à nossa apreciação pretende obrigar a destinação de locais específicos para acondicionamento de bebidas alcoólicas em lojas de conveniência e assemelhadas, mediante alteração da Lei nº 9.294, de 15/07/96, 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”. Em termos práticos, a proposição exige que mercados, hipermercados, supermercados, postos de conveniência e estabelecimentos afins que vendam bebidas alcoólicas disponibilizem as referidas bebidas em recinto anexo, com entrada estanque e distinta do recinto principal, a qual não poderá ser franqueada aos menores de dezoito anos de idade.

Em que pese sua finalidade nobre, qual seja, conforme a justificção do nobre Autor, inibir a ocorrência de consumo induzido de bebidas alcoólicas, discordamos de que a forma como os estabelecimentos dispõem as bebidas alcólicas constituam fator que incentive o abuso no consumo do produto.

Em recente estudo realizado por pesquisadores da Universidade Federal do Rio de Janeiro¹, constatou-se que o primeiro contato com bebidas alcólicas ocorre em adolescentes de 14 a 17 anos, sendo que a cerveja aparece como a principal bebida consumida. “*A responsabilidade pelo aumento do consumo de cerveja se deve ao apelo da mídia, à ampla divulgação comercial desse produto, que se torna crescente a cada dia, bem como à facilidade de acesso a mesma*”, conclui a pesquisa. Esse comportamento, segundo a pesquisa, se deve à necessidade de o adolescente se inserir socialmente em determinados grupos que exigem padrões pré-determinados para admissão. No

¹ NEVES, Keila C., TEIXEIRA, Maria Luiza O. e FERREIRA, Márcia A. “Fatores e motivação para o consumo de bebidas alcólicas na adolescência”. Escola Anna Nery Revista de Enfermagem: 19 (2), abr-jun 2015, pp 286-291.

mesmo estudo, os adolescentes relataram a facilidade para adquirir bebidas alcoólicas como fator que incentiva seu consumo.

Trata-se de temática complexa, cujos fatores incentivadores estão mais relacionados à publicidade, às questões socioculturais e à educação. Nesse sentido, a Lei nº 9.294, de 1996, já trouxe modificações quanto à forma de veiculação de publicidade de bebidas alcólicas. A referida legislação restringiu a propaganda, estabelecendo faixa de horário para a veiculação das peças publicitárias, de 21:00 horas às 06:00 horas, e vedando a associação do 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” (§ 1º do art. 4º). Mais recentemente, a Lei nº 13.106, de 17/03/15, alterou o Estatuto da Criança e do Adolescente a fim de tornar crime a venda de bebidas alcólicas para menores de 18 anos.

Como se vê, a legislação brasileira já possui mecanismos de combate aos principais motivos de consumo de bebida alcoólica. Se a pesquisa mencionada mostra que o problema persiste, a solução depende, portanto, da adoção de uma fiscalização mais eficaz do cumprimento dessas leis.

No que concerne ao aspecto estritamente econômico, a alteração que a proposição pretende fazer exigiria reforma das instalações dos estabelecimentos que vendem bebidas alcoólicas, o que ensejaria altos custos para o comerciante, com peso mais significativo para as micro e pequenas empresas. De fato, os estabelecimentos comerciais já possuem mecanismos mais eficientes para impedir a aquisição de bebidas alcoólicas por menores de 18 anos: a exigência da comprovação de idade por parte do comprador, no ato da compra. Assim, a nosso ver, a obrigação pretendida pelo projeto sob comento se revelaria pouco eficiente e muito onerosa para os estabelecimentos comerciais.

De mais a mais, cabe a esta Comissão cuidar para que o sistema econômico funcione com eficiência. Nossa Constituição Federal garante o livre exercício de qualquer atividade econômica como esteio da ordem econômica. No entanto, a Carta também dá ao Estado o poder de coibir a prática abusiva da atividade econômica por meio de lei, o que, no caso, já vem sendo feito. Nesse

sentido, devemos ter cautela na aprovação de proposições que restrinjam o livre exercício da atividade econômica, podendo incorrer no risco de reduzir a capacidade de gerar emprego e renda, dificultando conseqüentemente, o atingimento da finalidade constitucional da ordem econômica de “assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social”.

Por todos estes motivos, votamos pela **rejeição do Projeto de Lei nº 2.612-A, de 2015**, louvando, porém, as elogiáveis intenções de seu eminente Autor.

É o voto, salvo melhor juízo.

Sala da Comissão, em de de 2017.

Deputada CONCEIÇÃO SAMPAIO
Relatora