



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 10.041, DE 2018 **(Do Sr. Elizeu Dionizio)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a publicidade de bebidas alcoólicas em eventos de natureza desportiva.

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 tem por objetivo proibir a publicidade de bebidas alcoólicas em eventos desportivos.

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 1 (um) grau Gay Lussac.” (NR)

Art. 3º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo:

“Art. 4º

.....

§ 3º Fica vedada a propaganda de bebidas alcoólicas nos locais de realização de eventos e competições desportivas. “ (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Nos termos do art. 220, § 4º, da Constituição Federal, a propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, vem regulamentando essas restrições, conforme avança em nossa sociedade a conscientização dos malefícios desses produtos e da influência que a publicidade tem no incentivo ao seu consumo, principalmente nos mais jovens.

Este projeto de lei tem por objetivo ampliar o conceito de bebida alcoólica constante da Lei nº 9.294/1996, de forma a incluir bebidas com teor alcoólico acima de 1 grau Gay Lussac como, por exemplo, a cerveja, e de proibir a publicidade desses produtos nos locais de realização de eventos esportivos.

Apesar do conhecimento geral e das pesquisas científicas sobre a capacidade das bebidas alcoólicas de gerar dependência física e psíquica, de alterar o estado mental e os reflexos no consumidor, de estar relacionado com os índices de acidente no trânsito e de violência doméstica, a bebida mais consumida no país, a cerveja, continua sem ser considerada alcoólica para fins de publicidade.

Até pouco tempo atrás permitíamos propagandas de bebidas de qualquer gradação alcoólica, como uísques e aguardentes, em qualquer horário nos meios audiovisuais de comunicação; não havia penalidades tão rigorosas para beber e dirigir; a publicidade podia associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos.

Este projeto de lei vem contribuir para mais uma vez aperfeiçoarmos a legislação que restringe a publicidade sobre bebidas alcoólicas, proibindo a propaganda em locais de realização de eventos esportivos, onde ela é capaz de alcançar não apenas os torcedores presentes, mas também as centenas de milhares que assistem ao evento por meio da transmissão televisiva. A Organização Mundial de Saúde (OMS) divulgou em 2017 que o consumo de álcool per capita no Brasil havia aumentado 4,3% em dez anos e que superava a média internacional.

Pelas razões aqui expostas, peço o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 17 de abril de 2018.

Deputado ELIZEU DIONIZIO

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumíferos, 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 fumífero, 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".

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 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