



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.915, DE 2003

(Do Sr. Neuton Lima)

Altera a 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

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Acrescente-se à Lei nº 9.294, de 1996, o seguinte art. 4º A, renumerando-se os demais:

"Art. 4ºA A venda de bebidas alcoólicas fica restrita ao período que vai das 22 horas de um dia até às 5 horas e 59 minutos do dia seguinte, em casa noturnas, bares, clubes e restaurantes de todo o País, localizados em áreas residenciais, e ao período que vai das 10:00 às 24:00 em áreas comerciais, *shopping centers* e centros de diversões.

Parágrafo único. O não cumprimento do disposto no *caput* sujeita vendedores, gerentes e proprietários dos estabelecimentos à multa de R\$ 1.000,00 (mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, em caso de reincidência."

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

JUSTIFICAÇÃO

São por demais conhecidos de todos nós os danos pessoais e sociais causados pelo consumo exagerado de bebidas alcoólicas. Porém, apesar de já existir no País legislação referente à matéria, como é o caso da Lei nº 9.294, de 1996, que restringe o uso e a propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas em todo o País, esta atém-se mais que tudo ao primeiro aspecto da questão, ou seja, à propaganda, deixando de considerar outras variáveis igualmente importantes relativas ao uso destes produtos.

Entendemos, no entanto, ser praticamente impossível conter os abusos e males de toda ordem, causados não só aos usuários de bebidas alcoólicas, como à sociedade em geral, caso não se estabeleçam limites ao seu uso, sobretudo no que respeita ao horário de vendas do produto em determinadas áreas das cidades, proporcionando, assim, maior tranquilidade a seus habitantes.

A presente proposição constitui, portanto, a resposta para um tipo de preocupação que não é só nossa, mas de todos os cidadãos brasileiros, em especial aqueles que habitam as grandes cidades, onde a violência e a criminalidade vêm aumentando de maneira alarmante e descontrolada.

Sala das Sessões, em 9 de setembro de 2003.

Deputado Neuton Lima

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

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.

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 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
