



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 204, DE 2003

(Do Sr. Rubinelli)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e a 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 O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º.....
.....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertências sobre os males e danos causados pelo álcool as pessoas, inseridas de forma legível. (NR)”

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

Justificação

O tabagismo e o alcoolismo configuram-se em graves problemas de nossa sociedade, por criar dependência química e levar ao desenvolvimento de enfermidades graves e de tratamento oneroso, para os cidadãos, e principalmente para o Estado.

O atual texto normativo, recomendando que se evite o consumo excessivo de álcool, não é suficiente para causar um impacto e as pessoas diminuir o seu consumo.

A medida proposta visa estabelecer um tratamento isonômico entre a propaganda do tabagismo e a do álcool, tendo em vista que primeira é muito mais rígida do que a segunda.

Assim, essa proposição que ora apresentamos á apreciação dessa Casa, embora represente apenas uma pequena iniciativa, cremos tratar-se de relevante medida sócio-educativa.

Desse modo, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, com vistas á aprovação dessa propositura, que se reveste de inegável alcance social.

Sala das Sessões, em 26 de fevereiro de 2003

Deputado Wagner Rubinelli

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

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

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 conterà 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 conterà, 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 FUMÍGEROS, 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