



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 504, DE 2003**

**(Do Sr. Bismarck Maia)**

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-204/2003.

**APRECIÇÃO:**

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

**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:

“ § 2º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão a seguinte advertência exibida de forma clara e visível: “ O consumo de álcool pode provocar dependência física e psíquica”. (NR)”.

Art. 2º Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

Mesmo após o advento da Lei 9.294, de 1996, o consumo de bebidas alcoólicas vem se tornando cada vez maior, inclusive entre os mais jovens e as mulheres. No texto em vigor, as advertências previstas para as embalagens de cigarros são bastante efetivas, ainda mais se consideramos as fotografias associadas.

No entanto, no caso do álcool, a prevenção do abuso através de mensagens ainda é muito débil. Acreditamos que uma ênfase maior no perigo de causar dependência tanto física quanto psíquica é uma estratégia de baixo custo e que produz muito bons resultados. Assim sendo, pretendemos aperfeiçoar a Lei em tela, neste sentido.

A redução do consumo de bebidas alcoólicas resultará em menores taxas de doenças associadas, das mais variadas naturezas, além de redução substancial de incidentes violentos em nossa sociedade.

Desta forma, tenho a certeza de receber o apoio dos ilustres Pares para o acolhimento deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 26 de março de 2003.

Deputado **Bismarck Maia**

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

**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 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.

.....

.....

**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.

.....  
.....

<b>FIM DO DOCUMENTO</b>
-------------------------