



CÂMARA DOS DEPUTADOS

## \*PROJETO DE LEI N.º 753, DE 2015 (Do Sr. João Daniel)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para proibir a veiculação de propagandas bebidas alcoólicas destiladas, cervejas e bebidas energéticas nas redes de televisão de canal aberto, transmissoras de rádios.

### **DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:  
SAÚDE;  
COMUNICAÇÃO; E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

### **APRECIAÇÃO:**

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

(\*) Atualizado em 23/03/2023 em virtude de novo despacho e apensados (40)

## S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 998/15, 1557/15, 2524/15, 2901/15, 3448/15, 4205/15, 4741/16, 5339/16, 6395/16, 6582/16, 6800/17, 6831/17, 7466/17, 7898/17, 8139/17, 8741/17, 9888/18, 9891/18, 10041/18, 10566/18, 10692/18, 891/19, 1567/19, 2091/19, 2532/19, 3354/19, 3560/19, 3633/19, 3718/19, 5417/19, 217/20, 4259/20, 4601/20, 5328/20, 5350/20, 262/21, 296/21, 841/21, 2800/21 e 3530/21

O Congresso Nacional decreta:

O Art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º - É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas destiladas, cervejas e bebidas energéticas nas emissoras de rádio e televisão brasileiras.".

### **JUSTIFICATIVA**

O alcoolismo é uma doença, faz com que o viciado se torne cada vez mais tolerante a ele, se não ingerido provoca crises de abstinência que se caracterizam por meio de tremores, irritabilidade, náusea, ansiedade, taquicardia e pupilas dilatadas.

Em nossa sociedade o uso do álcool é um comportamento lícito, e uma confusão entre o que é beber socialmente, o abuso e o vício, o acesso à bebida é fácil e barato, tornando a substância psicoativa mais popular do planeta. Dessa forma é comum vermos adolescentes e até crianças usando álcool, é comum também grupos de moradores de rua fazendo uso diário bebida esse grupo já perdeu todo o convívio social.

Recentemente em uma festa organizada por alunos de uma Universidade de São Paulo um estudante morreu depois de ingerir mais de vinte doses de vodka, participando de uma competição para ver quem bebia mais, não é razoável que em um ambiente voltado ao Estudo este tipo de situação venha a ocorrer.

No Brasil, aproximadamente 15% da população sofre de alcoolismo, o que em longo prazo pode causar doenças como câncer na boca, língua, fígado e outras regiões do sistema digestório; danos cerebrais irreversíveis; problemas no sistema cardíaco; malformações, em caso de gestantes alcoólicas, e diminuição da produtividade no trabalho.

O alcoolismo é um dos principais problemas de saúde pública no Brasil, em um levantamento da Organização Mundial de Saúde - OMS aponta o consumo excessivo de álcool como responsável por mais de 10% dos problemas de saúde pública no Brasil.

Nos países ricos, embora a acessibilidade ao álcool seja grande, o consumo é moderado em razão de diversas formas de controle social, como normas de utilização da bebida, política de preços, controle promocional, uso educacional dos meios de comunicação, entre outros.

Já nos países de economia intermediária, como o Brasil, além de não existir controle para o consumo do álcool, há um conjunto de fatores que facilitam o acesso à bebida, principalmente entre os jovens. Um deles é o preço baixo, já que com R\$ 0,50 é possível comprar, em qualquer bar, uma dose de bebida.

**O estrago provocado pelo alcoolismo tem alto custo social no mundo**

todo. Especialistas afirmam que, no Brasil, as políticas públicas para controle do consumo da bebida não produzem o efeito desejado porque falta mobilização da sociedade.

Os jovens estão bebendo mais e cada vez mais cedo, o que aumenta o risco de boa parte desta juventude desenvolver o alcoolismo. Esta equação se repete em praticamente todo o mundo, inclusive no Brasil, apesar de as pesquisas sobre o tema ainda serem bem escassas por aqui.

Por outro lado a ingestão excessiva de bebidas energéticas tem causado a morte de jovens adultos, essas bebidas aceleram o batimento cardíacos e são utilizadas associadas ao álcool e outras substâncias.

A proposta prevê a restrição a publicidade de bebidas destiladas, cervejas e bebidas energéticas, pelos diversos fatores de riscos relacionados a dependência química induzindo o consumo por meio de propagandas publicitárias.

Pelo exposto peço o apoio dos pares de para a aprovação desse projeto

Brasília, em 17 março de 2015.

**João Daniel**  
Deputado Federal (PT/SE)

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

**LEI N° 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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

# PROJETO DE LEI N.º 998, DE 2015

**(Do Sr. Delegado Waldir)**

Altera a Lei nº 9294 de 15 de julho de 1996, nos termos do Art. 220, § 3º, II, e 221, IV da CFB.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-753/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9294 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 qualquer teor alcoólico medidos em graus Gay Lussac”.*

Art. 2º - O art. 4º da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

*“Art. 4º - É vedada, em todo território nacional, a propaganda comercial de bebidas alcoólicas com qualquer teor alcoólico nas emissoras de rádio e televisão, internet, outdoor, caminhões de entregas, jornais, revistas e outras formas de mídia impressa ou qualquer outro meio eletrônico”.*

Art. 3º - O Art. 5º da Lei nº 9294 de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

*“Art. 5º - Ficam vedadas as chamadas e caracterizações de patrocínio indicados nos arts. 2º e 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, identificadas ou não com marca ou slogan do produto.”*

Art. 4º - O Art. 9º da Lei nº 9294 de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 9º - .....

*V – multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), aplicada conforme capacidade econômica do infrator podendo duplicar ou quadruplicar o valor em caso de reincidência.*

*VI – o valor da multa será revertido para instituição que realize atividades preventivas.”*

Art. 5º - Fica revogado o § 2º do Art. 4º e § 1º do Art. 9º da Lei 9294 de 15 de julho de 1996.

Art. 6º - Os fabricantes de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não de tabaco, de bebidas alcoólicas, e de defensivos agrícolas, são responsáveis pelo tratamento de pessoas que sofrem consequências físicas e psicológicas em sua saúde, com o dever de indenizar familiares em caso de morte.

Art. 7º - Cada fabricante dos produtos mencionados no art. 1º da Lei 9.294 de 15 de julho de 1996 destinará na proporção de sua culpabilidade, percentual de seu lucro, para manter e financiar entidades públicas ou privadas de prevenção a essas drogas.

## **JUSTIFICAÇÃO**

O álcool é droga lícita e seu uso descontrolado, inclusive por crianças e adolescentes, tem sido responsável por milhares de vítimas no trânsito em nosso país, bem como em mortes dolosas.

A vedação da propaganda visa evitar também a exposição de nossos jovens a produtos nocivos à saúde e à vida, assim como proteger as famílias.

O álcool na sociedade é um problema de saúde pública que afeta a vida de milhares de brasileiros e por isso requer normatização para evitar a disseminação deliberada de tal droga, norma que irá atuar como um controle preventivo.

Vale destacar que muitos investimentos de recursos dos Estados e da União estão sendo usados por impacto do álcool na vida dos brasileiros, e que poderia ser destinados a outras áreas da saúde, pois hoje sustentam diretamente os danos causados atendendo a acidentados, ferimentos, mortes no trânsito e tratamentos diversos por dependência química.

Muitas famílias hoje são destruídas pelo vício, pela propaganda enganosa que mostra um mundo fantasioso, inexistente, para aqueles que consomem bebidas alcoólicas.

Os fabricantes dessas drogas são os principais patrocinadores de atividades esportivas, estádios e ginásios.

A estratégia publicitária da indústria de bebidas alcoólicas alia a bebida ao esporte, às conquistas amorosas ao status, misturando realidade com o apelo ao uso das bebidas. Apenas na publicidade que assedia o imaginário, esporte, relacionamentos bem sucedidos e álcool caminham juntos.

A realidade é que este tipo de publicidade é enganosa, pois define como se álcool, beleza e sucesso fossem sinônimos, vendendo uma falsa imagem.

Dante destas argumentações, solicitamos aos nobres pares a aprovação desta matéria.

Sala das Comissões, em 31 de março de 2015.

**Deputado Delegado Waldir  
PSDB/GO**

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b>
--

**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.

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.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação. (*Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social. (*Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata

o § 1º. ([Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002](#))

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional. ([Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002](#))

---

## LEI N° 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.

### 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 Fumígenos, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 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. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzem a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; ([Inciso com redacção dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. ([Inciso com redacção dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo,

bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 7º ([VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

I - a venda por via postal; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))  
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou

retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas

publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. ([Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34](#))

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. ([Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: ([\("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#))

I - advertência; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - apreensão do produto; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

§ 5º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta

dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobim

Arlindo Porto

Adib Jatene

## **PROJETO DE LEI N.º 1.557, DE 2015**

**(Do Sr. Ricardo Teobaldo )**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a veiculação de propaganda de bebidas alcóolicas em qualquer meio, e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-753/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas em qualquer meio, e dá outras providências.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de bebidas alcoólicas em emissoras de radiodifusão sonora (rádio), de sons e imagens (televisão), nos canais de programação da comunicação audiovisual de acesso condicionado, em jornais e em revistas e nas redes sociais.

§1º Não se enquadra na proibição estabelecida no caput a exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada de advertências que:

I – alertem sobre as doenças causadas pelo álcool, como Gastrite, Hepatite, Cirrose Hepática, Impotência, Infertilidade, Infarto, Trombose, Pelagra e Demência; e

II – informem que dirigir sob efeito de álcool é crime punível com detenção; e

III – contenham fotografias mostrando as causas nocivas do álcool, na forma do Regulamento.

**§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão**

advertência com os termos "Evite o Consumo Excessivo de Álcool", e imagem de acidentes reais causados pela combinação entre ingestão de álcool e direção no trânsito. (NR) "

Art. 3º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do Art.4º-B, com a seguinte redação:

"Art. 4º-B É proibida a venda de bebidas alcóolicas em eventos esportivos de acesso público."

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

Os principais danos sociais usados para justificar o controle do consumo de álcool são os índices de crimes, doenças e acidentes relacionados ao consumo exagerado. Estimativas da Secretaria Antidrogas apontam que em cerca de 80% dos registros de homicídio, violência doméstica e acidentes de trânsito há a participação do componente álcool.

Levantamento do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (Cebrid) aponta que ao longo dos últimos 15 anos, de todas as internações hospitalares causadas por drogas, 90% são consequências do uso de álcool.

Segundo pesquisa realizada em 2001 pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID), em 107 cidades brasileiras, 9,1% dos homens e 1,7% das mulheres fazem uso regular de álcool (mínimo de 3 a 4 vezes por semana, incluindo aqueles que bebem diariamente), totalizando em 5,2% o número de indivíduos que bebem regularmente.

Já o número de dependentes seria de 11,2% da população, o que corresponderia a cerca de 18 milhões de brasileiros. O número maior de dependentes encontra-se nas faixas etária dos 18 aos 24 anos em que 23,7% dos homens e 7,4% das mulheres são considerados dependentes.

Levantamento recente divulgado pelo Ministério da Saúde mostra que 49% das vítimas de agressão atendidas nos hospitais públicos haviam consumido bebida alcoólica. A pesquisa foi realizada em 71 hospitais públicos em todas as capitais do país.

Os jovens são as principais vítimas da agressão física relacionada ao uso de álcool. O estudo aponta que cerca de 56% dos casos de agressão e 39% de acidentes de trânsito ocorreram com pacientes entre 20 e 39 anos.

O governo federal gasta mais de R\$ 200 milhões por ano no Sistema Único de Saúde (SUS) com a internação de pacientes que se envolveram em acidentes de trânsito.

As estatísticas sobre as consequências negativas do uso de álcool são alarmantes. No caso dos acidentes com vítimas fatais no trânsito, 70% são causados por consumo de bebidas alcoólicas.

Além disso, diversas doenças são relacionadas direta ou indiretamente com a ingestão abusiva de substâncias etílicas, como, por exemplo, Gastrite, Hepatite, Cirrose Hepática, Impotência, Infertilidade, Infarto, Trombose, Pelagra e Demência, entre outras.

Ademais, há pesquisas que mostram a estreita correlação entre abuso de álcool e a mortalidade precoce. E esse efeito decorre não apenas pelas doenças, mas também em decorrência da influência que a bebida tem na consecução de crimes contra a vida.

Esse quadro tem piorado gradativamente, com reações apenas tímidas do Poder Público. A permissão legal para propaganda de bebidas alcoólicas em rádio e televisão a partir das vinte e uma horas, por exemplo, é totalmente inadequada, pois ocorre em horário que crianças e adolescentes, em muitos casos, ainda estão acordados.

Dessa forma, é imperioso que o Poder Legislativo utilize os instrumentos de que dispõe para combater, de forma veemente, o consumo de bebidas alcoólicas. E isso deve ser feito da forma mais eficiente possível: proibindo qualquer tipo de propaganda de bebidas alcoólicas em qualquer meio de comunicação social.

Este projeto de lei, portanto, além de proibir a publicidade de bebidas alcoólicas, torna obrigatória a inclusão de imagens com acidentes de trânsito nas embalagens das mesmas.

O produto esteja acompanhado de mensagens de advertência acerca das doenças causadas pelo consumo excessivo, e também das implicações legais decorrentes do ato de dirigir embriagado.

Nossa iniciativa tem inspiração na experiência exitosa na área do tabaco, que logra êxito em reduzir, ano após ano, o percentual de fumantes na sociedade brasileira.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres Parlamentares desta Casa para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 14 de maio de 2015.

Deputado Federal  
RICARDO TEOBALDO

### **LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

### **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.

#### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....  
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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 2.524, DE 2015**

**(Do Sr. Altineu Côrtes)**

Altera a redação da Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, para proibir a publicidade de bebidas alcoólicas nos meios de comunicação.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-998/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 4º É vedada a veiculação de propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão.

Parágrafo único. 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 no artigo 2º, 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.

---

....."(NR)

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

### **JUSTIFICAÇÃO**

Acompanhando os noticiários verificamos que ao passo que o governo reprime o uso das bebidas alcoólicas através da lei seca, há uma vasta publicidade fazendo apologia das mesmas, ou seja, há uma controvérsia.

Entende-se que o ser humano, na sua condição de cidadão portador de direitos, pode consumir o que quiser a seu bel prazer, contanto, evidentemente, que não prejudique os outros cidadãos, pois como se sabe a liberdade de um termina onde começa o direito do outro. Isso inclui também as bebidas alcoólicas, mas é inegável, ainda mais em pleno século XXI, após décadas de produção científica sobre os efeitos do álcool sobre o organismo humano, que o hábito de beber deve ser exercido moderadamente.

Os estudos mostram que o consumo de um cálice de vinho tinto junto com o almoço ou jantar é um fator benéfico, combatendo a hipertensão e o excesso de colesterol entre outras disfunções. Mas esse é precisamente o limite entre o bem e o mal. A partir daí, sete doses de bebida alcoólica por semana, o álcool começa a cobrar seus tributos, a curto, médio e longo prazo. Esteatose hepática, hepatite, cirrose, impotência sexual, neurite periférica, pancreatite, gastrite, são apenas algumas doenças vinculadas ao consumo de álcool.

O Brasil conta com um sistema de saúde universal que, apesar de seus problemas, é um dos melhores do mundo. No entanto, está sempre sobrecarregado com doenças que são evitáveis, como essas decorrentes do consumo de álcool. Por coerência, pelo menos, as autoridades constituídas devem, no limite de suas competências, propor medidas para minorar o problema.

Reforçamos que o indivíduo é livre para consumir e ingerir o que quiser. Mas não é desejável, de modo algum, e não acho que seja correto que o consumo de álcool seja estimulado por peças publicitárias milionárias.

Ao apresentar este projeto de lei com o fim de proibir a propaganda de bebidas alcoólicas e assim defender a saúde nossos concidadãos, conto receber a compreensão, o apoio e os votos dos nobres Deputados e Deputadas.

Sala das Sessões, em 5 de agosto de 2015.

**Deputado ALTINEU CÔRTES**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI N° 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.

**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 Fumígenos, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - não empregar imperativos que induzem diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 7º (*VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (*Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

I - a venda por via postal; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser

afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. (*Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008*)

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 2.901, DE 2015**

**(Do Sr. Marx Beltrão)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para determinar que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenham imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem de advertência que informe acerca do malefício do consumo excessivo de álcool.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-1557/2015.

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 a advertência “Evite o Consumo Excessivo de Álcool”, bem como outras que informem acerca do malefício do consumo excessivo da substância, acompanhadas de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem, nos termos do Regulamento.”

(NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor cento e oitenta dias após a data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

O abuso de bebidas alcoólicas é um grave problema de saúde pública. A Organização Mundial de Saúde (OMS) informou, recentemente, que cerca de 3,3 milhões de pessoas morreram em 2012, em todo o mundo, em consequência do consumo nocivo de álcool, o que equivale a 5,9% de todas as mortes. Acrescentou, também, que a proporção de mortes associadas ao álcool é superior à mortalidade ligada ao HIV (2,8%), à violência (0,9%) e à tuberculose (1,7%). Por fim, alertou que o consumo de álcool pode aumentar o risco de mais de 200 doenças, como cirrose hepática e alguns tipos de neoplasias, sem contar o aumento nas causas externas de morbidade e mortalidade, como acidentes e violência.

Essa mazela afeta jovens e adultos. De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde Escolar, feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2012 e publicada em 2013, 50,3% dos jovens brasileiros já tomaram pelo menos uma dose de bebida alcoólica. Desses, 31,7% tiveram esse primeiro contato com menos de treze anos.

Entre os jovens que bebem regularmente, 21,8% já tiveram episódio de embriaguez. Além disso, dos jovens que consumiram bebidas, 10% revelaram que já tiveram problemas com família ou amigos, que faltaram às aulas ou que se envolveram em brigas por causa do álcool.

Em relação aos adultos, a realidade é ainda mais assombrosa. Consoante a pesquisa Vigitel 2014 – Vigilância dos Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico-, no conjunto das 26 capitais estaduais e o Distrito Federal, a frequência do consumo abusivo de bebidas alcoólicas nos últimos 30 dias foi de 16,5%, sendo aproximadamente 2,5 vezes maior em homens (24,8%) do que em mulheres (9,4%).

O abuso de bebidas alcoólicas tem como um dos fatores propulsores a propaganda, que estimula o consumo por meio de mensagens que associam as consequências da ingestão da substância a estereótipos de sucesso. Com isso, o número de pessoas que apresenta quadro de dependência é alarmante. Conforme pesquisas epidemiológicas nacionais realizadas pela Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD), por meio do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas (CEBRID), da Universidade Federal de São Paulo, o álcool é a droga mais consumida no Brasil e apresenta o maior índice de dependência na população (11,2%).

No entanto, essa realidade pode ser modificada. Em 2002, o Brasil tornou obrigatório o uso de imagens de advertência nas embalagens de cigarro. Neste ano, aproximadamente um em cada cinco pessoas era fumante. Cerca de uma década depois, esse número reduziu-se perceptivelmente. A pesquisa Vigitel 2014 demonstrou que, no conjunto das 26 capitais estaduais e o Distrito Federal, a frequência de adultos fumantes foi de 10,8%, sendo maior no sexo masculino (12,8%) do que no feminino (9,0%).

Essa diminuição decorreu de um conjunto de medidas tomadas em âmbito governamental para a redução do tabagismo, no qual se incluiu a veiculação de imagens e figuras ilustrativas dos potenciais malefícios do cigarro. De acordo com o INCA (Instituto Nacional do Câncer), o uso de imagens impactantes nas embalagens de cigarro é eficiente para desconstituir o apelo de prazer e afastar o consumidor. Pesquisas realizadas por este instituto demonstraram que 56% dos 2.216 fumantes entrevistados no País acreditavam que as fotos de advertência eram capazes de fazer uma pessoa deixar o cigarro.

Além disso, levantamento do “The International Tobacco Control Policy Evaluation Project” (ITC), realizado em 21 países, indicou que 39% dos fumantes afirmam que as imagens nas embalagens impediram que eles pegassem um cigarro quando estavam prestes a fumar.

Vê-se, diante do exposto, que a veiculação de imagens nos rótulos das bebidas alcoólicas também tem o potencial de reduzir o consumo dessas substâncias.

Por tudo isso, Nobres Pares, solicito apoio para a aprovação desta proposição. Juntos, poderemos garantir aos cidadãos brasileiros o direito de refletir acerca dos problemas que podem ser causados pelo abuso de álcool antes de consumo. Com a aprovação de Vossas Excelências, os rótulos das bebidas se tornarão um verdadeiro aliado contra o consumo exagerado dessas substâncias.

Sala das Sessões, em 3 de setembro de 2015.

Deputado MARX BELTRÃO

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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.

#### O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....

.....

## **PROJETO DE LEI N.º 3.448, DE 2015**

**(Do Sr. Ronaldo Martins)**

Altera dispositivos da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, para alterar disciplinamento da propaganda de bebidas alcoólicas e adotar outras providências, na forma que indica

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-1557/2015.

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º. Dá nova redação aos parágrafos 1º e 2º do art. 4º da Lei nº. 9.294, de 15 de julho de 1996, que passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º. ....

§1º. A propaganda realizada por qualquer meio de comunicação, inclusive a Internet, não poderá associar o produto a qualquer modalidade esportiva, ao desempenho de atividades físicas, à condução de veículos, e imagens ou ideias de maior êxito ou a sexualidade das pessoas, e que denigram a imagem da mulher.

§2º. Os rótulos das garrafas e as embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertências nos seguintes termos:

I – “o consumo de bebida alcoólica causa dependência química e problemas psíquicos”;

II – “o consumo de álcool na gravidez prejudica o bebê”;

III – “crianças são induzidas ao consumo de bebidas alcoólicas ao verem adultos bebendo”;

IV – “a ingestão de bebida alcoólica altera o nível de consciência e diminui o reflexo em condutores de veículos automotores”;

V – “o consumo excessivo de bebida alcoólica pode causar impotência ou infertilidade”;

VI - “o consumo excessivo de bebida alcoólica pode causar danos ao fígado, coração e estômago”;

Art. 2º. O art. 4º-A da Lei nº. 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º-A. Na parte interna dos locais em que se comercialize bebida alcoólica, deverá ser afixada advertência de forma legível e ostensiva nos seguintes termos:

I – “é crime dirigir sob a influência de álcool”;

II – “é proibida a venda de bebida alcoólica para menores de 18 anos de idade”.

Art. 3º. Fica suprimido o *caput* e os parágrafos 1º e 2º do art. 5º da Lei nº. 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 4º. O inciso V do art. 9º da Lei nº. 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

(...)

“V – multa, de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;”

Art. 5º. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, se propõe a disciplinar e a estabelecer uma série de restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias diversas e defensivos agrícolas.

No entanto, a norma trata de maneira diferente o tratamento dado à publicidade de cigarros e seus assemelhados ante a publicidade de bebidas

alcoólicas. Aos produtos fumígeros a vedação total de propaganda. À bebida alcoólica é franqueada uma série de facilidades que praticamente incentivam a propaganda de bebidas alcoólicas através dos meios de comunicação, como rádio, tv, Internet, etc.

O legislador original tratou de forma distinta produtos industrializados e comercializados no país, mas que causam inúmeros malefícios à saúde de quem os consome.

A presente propositura tem o afã de estabelecer uma série de critérios para que se realize propaganda de bebidas alcoólicas no Brasil, tonando as regras tão rígidas quanto para a propaganda para os cigarros.

O consumo do álcool está ligado a diversas doenças, como hepatite alcoólica cirrose, gastrite, pancreatite, perda de sensibilidade no corpo, alteração dos reflexos, câncer, miocardiopatia alcoólica (doença cardíaca causada pelo álcool), entre outras.

Causa dependência química. O organismo passa a necessitar de quantias cada vez maiores de álcool, podendo levar a pessoa a perder o controle e ter compulsão à bebida, características do alcoolismo, fazendo até que o indivíduo tenha a perda de consciência pessoal. Quem exagera no consumo, muitas vezes, não lembra do que fez ou o que falou.

A bebida alcoólica gera sérios problemas sociais, notadamente ligados à convivência familiar. Quem bebe, perde o respeito da família, influencia os filhos ao consumo de álcool e deságua quase sempre em violência doméstica.

O consumo de bebidas alcoólicas, não raramente, funciona como porta de entrada para o consumo de outras drogas causadoras de dependência química, como a maconha, a cocaína e o crack.

Ademais, parte considerável dos acidentes de trânsito ocorridos no Brasil, são provocados pelo consumo de bebidas alcoólicas. Dos atendimentos realizados pelo S.U.S., cerca de 22% das vítimas atendidas haviam ingerido álcool antes de dirigir o veículo acidentado.

Entre 2010 e 2013, ocorreram mais de 313 mil internações no Sistema Único de Saúde (SUS) decorrentes do alcoolismo. São gastos, em média, cerca de R\$ 60 milhões por ano com pessoas dependentes do álcool.

No entanto, a publicidade desses produtos, através de campanhas elaboradas por empresas especializadas, apresentada à sociedade, por meio de rádio, tv, jornais, revistas e internet, uma glamourização do consumo da bebida alcoólica, via de regra, apresentando gente jovem, saudável, atlética, até mesmo praticando esportes, gerando o consciente coletivo de que a bebida alcoólica é algo bom, artigo de primeira necessidade para quem é “moderno”, “descolado”, “antenado”.

Outra constatação bastante negativa é a de que as peças publicitárias insistem em desrespeitar a imagem feminina, atribuindo-lhe a missão de sensualizar a venda da bebida, com o objetivo de seduzir os homens ao consumo. No entanto, há uma clara degradação da imagem da mulher, ferindo a honra e tentando induzir a uma consciência equivocada sobre a condição feminina.

Há, pois, uma clara necessidade de que o Poder Público exerça um controle mais eficiente sobre a propaganda de produtos que causem malefícios aos consumidores e à sociedade como um todo.

A difusão da venda de bebidas alcoólicas interessa apenas às indústrias e às agências de propaganda. Enquanto isso, sociedade e governo pagam uma salgada conta, seja no tratamento de dependente de álcool; seja no tratamento de pessoas acometidas por doenças relacionadas ao consumo de bebidas; ou pelas irreparáveis perdas de vidas humanas em acidentes causados pela ingestão desses produtos químicos.

Em face dos motivos expostos é que clamamos pela aprovação da presente matéria, para o bem da nação brasileira.

Sala das Sessões, em 28 de outubro de 2015.

**RONALDO MARTINS**  
**Deputado Federal – PRB/CE**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

### **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.

#### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (["Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

I - advertência; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - apreensão do produto; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

§ 5º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 4.205, DE 2015**

**(Do Sr. Marcelo Belinati)**

Altera o parágrafo segundo do artigo 3º da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para que os anúncios de advertência apresentados nas propagandas de produtos potencialmente perigosos tenham tempo de

duração mínimo estimado, com a finalidade de garantir mais segurança aos consumidores.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-3448/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Seja alterado o parágrafo segundo do artigo 3º da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que passará a contar com a seguinte redação:

“Art. 3º .....

§ 2º. A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo apresentar letras grandes e duração de, no mínimo, 5s (cinco segundos) ”. (NR)

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

### **JUSTIFICAÇÃO**

O objetivo do presente Projeto de Lei é evitar as falas exageradamente rápidas que fazem as advertências em anúncios de fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, deu um importante passo para assegurar mais segurança aos consumidores, fornecendo a eles acesso a informações pertinentes sobre os riscos inerentes ao consumo de certos produtos, cujo uso inadequado pode oferecer sérios riscos à saúde.

Um dos mecanismos idealizados, são as mensagens que advertem sobre contraindicações nos casos de remédios e de perigos do excesso, no caso das bebidas.

Ocorre que no dispositivo que determina esta obrigação dos anunciantes, existem duas falhas:

A primeira é que o artigo que determina a

obrigatoriedade das mensagens de advertência diz: “*sempre que possível falada e escrita*”. Neste caso, acreditamos que a advertência deve ser sempre falada e escrita.

A segunda é que não estipula tempo mínimo para a leitura da mensagem. Desta forma, o narrador que a transmite, parece estar transmitindo uma partida de futebol muito emocionante. Não é o ideal.

Para corrigir estas falhas, apresentamos o presente projeto de lei, que busca zelar pela boa saúde do povo brasileiro e sua correta informação.

Por todo o exposto, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares para aprovação da medida, que atendendo ao Direito fundamental à saúde, busca proporcionar de forma clara, as informações sobre produtos que possam trazer malefícios aos nossos cidadãos.

Sala das Sessões, em 22 de dezembro de 2015.

**Deputado Marcelo Belinati  
PP/PR**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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.

**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 Fumígeros, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546,*

de 14/12/2011)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. ("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

V - não empregar imperativos que induzem diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

§ 7º (VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

I - a venda por via postal; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (Inciso acrescido pela Lei nº

10.167, de 27/12/2000)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

IX - a venda a menores de dezoito anos. (Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. (Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. (Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. (Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008)

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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. ([Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34](#))

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. ([Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

I - advertência; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - apreensão do produto; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 5º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. (*Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003*)

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobim

Arlindo Porto

Adib Jatene

## **PROJETO DE LEI N.º 4.741, DE 2016**

**(Da Sra. Zenaide Maia)**

Altera a redação da Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a aposição de imagens e dados estatísticos nos rótulos de bebidas alcoólicas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º da art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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”, passa a vigorar com a seguinte redação:

*“Art. 4º.....*

*§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão:*

*I – advertência nos seguintes termos: "O Consumo de Bebidas Alcoólicas, causa Impotência Sexual, Cirrose Hepática, Infarto, e pode levar a morte".*

*II – dados estatísticos sobre acidentes de trânsito e sua relação com o consumo de bebidas alcoólicas;*

*III – imagens fotográficas reais de sinistros e acidentes automobilísticos causados pelo consumo de álcool, no tamanho mínimo de quatro por seis centímetros;*

*IV – A advertência escrita deverá ser em caixa alta e fonte Arial tamanho 12(doze).*

Art. 2º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Cerca de vinte por cento das mortes no trânsito são, de acordo com estatísticas altamente confiáveis e amplamente divulgadas, atribuíveis ao consumo de bebidas alcoólicas. No entanto, grande número de brasileiros persiste conduzindo veículos automotores após ter ingerido álcool ou mesmo em estado de embriaguez, e isso apesar da vigência da lei seca.

Não há explicação racional para isso, nem explicação de ordem emocional. Aparentemente, o que falta ao brasileiro é ser adequadamente lembrado das possíveis consequências de dirigir sob o efeito de álcool: mais que uma lei seca, precisamos de uma mentalidade seca.

O presente projeto haure sua inspiração e seu método daquilo que foi empregado com sucesso em relação ao tabagismo. A mente humana capta e fixa imagens com maior facilidade do que o faz com o texto escrito, especialmente se o assunto é algo que se tenta ignorar.

Assim como o tabagista não pode ignorar as imagens de enfermidades impressas nas embalagens de cigarro, o consumidor de bebida alcoólica não conseguirá ignorar o registro visual de acidentes reais ocorridos devido

ao consumo de álcool, e não as conseguirá apagar da memória nem da consciência. Aquelas imagens, decerto fortes, serão relembradas a cada vez que o cidadão sentar-se atrás de um volante, até mesmo se estiver sóbrio, criando um efeito positivo e duradouro.

Convencida do mérito da proposição, submeto-a aos nobres pares e peço seus votos para que a possamos aprovar no menor prazo possível.

Sala das Sessões, em 15 de março de 2016.

Deputada ZENAIDE MAIA

**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 N° 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.

### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 5.339, DE 2016**

**(Do Sr. Rômulo Gouveia)**

Altera as Leis 8.069, de 13 de julho de 1990 e 9.294, de 15 de julho de 1996.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL 753/2015.

**O Congresso Nacional decreta:**

Art. 1º O § 7º do art. 8º da Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, que “dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências” passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 8º.....

§ 7º A gestante deverá receber orientação sobre aleitamento materno, alimentação complementar saudável, fatores e comportamentos que trazem risco para o feto, crescimento e desenvolvimento infantil e sobre formas de favorecer a criação de vínculos afetivos e de estimular o desenvolvimento integral da criança”. (NR)

Art. 2º O Parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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” passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º.....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis que

contenham álcool em sua composição, com grau de concentração igual ou superior a meio grau Gay-Lussac". (NR)

Art. 3º O § 2º do art. 4º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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” passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º.....  
.....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão cláusula de advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool" e “Beber durante a gravidez pode causar malformações graves no feto”, além de outras previstas nas normas regulamentadoras.” (NR)

Art. 4º O art. 4-A da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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” passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica deverá ser afixada advertência escrita de forma legível e ostensiva do risco de malformação fetal pelo consumo de bebidas alcoólicas durante a gravidez e de que é crime punível com detenção dirigir sob a influência de álcool.” (NR)

Art. 5º. Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

É extremamente importante evitar que mulheres grávidas consumam álcool durante a gestação. A Organização Mundial da Saúde recomenda a abstinência total nesse período, já

que não está estabelecido nenhum volume seguro para ingestão de álcool na gravidez. Vários países adotam a mesma recomendação. A placenta é permeável ao álcool. A metabolização demora muito mais tempo no organismo do feto em virtude da imaturidade de seus órgãos, principalmente o fígado. Assim, ele atua prolongadamente sobre o cérebro em formação e provoca efeitos neurotóxicos, degeneração e morte celular. Mesmo doses baixas podem contribuir para abortamento, partos pré-termo, baixo peso ao nascer, sofrimento fetal, distúrbios cognitivos e comportamentais, constituintes dos transtornos do espectro alcoólico fetal. O dano é mais grave quanto maior o tempo e a quantidade de ingestão do álcool. O polo extremo é a Síndrome Alcoólica Fetal, quadro irreversível que pode trazer inúmeras malformações, inclusive faciais e cardíacas, microcefalia e retardo mental. Ela é uma das maiores causas de retardo mental no mundo e a única prevenível.

Tem sido observado recentemente, tanto no Brasil como no mundo, aumento relevante do número de mulheres, principalmente jovens, consumidoras de álcool. Pensando em proteger as crianças em gestação, é de suma importância incentivar profissionais de saúde a conscientizar mulheres grávidas a respeito dos efeitos devastadores da ingestão de álcool no período pré-natal. Sugerimos acrescentar ao Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, o direito da gestante à informação sobre comportamentos e fatores de risco para o feto, que incluem não somente o consumo de álcool, mas o tabagismo, uso de drogas ou medicamentos.

A seguir, propomos alterações à Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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”. São elas:

- Compatibilizar a definição de bebida alcoólica com a legislação vigente no Parágrafo único do art. 1º.

A Lei 11.705, de 19 de junho de 2008, que “altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que “institui o Código de Trânsito Brasileiro”, e a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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”, para inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências”, adota a definição de bebida alcoólica preconizada pelas autoridades sanitárias – concentração igual ou superior a 0,5 grau Gay-Lussac. É importante adotar o mesmo conceito para proteger crianças em desenvolvimento, uma vez que é infundada a crença de que cervejas apresentam menor perigo.

- Incluir nos artigos 4 e 4-A advertência sobre o risco de ingerir bebida alcoólica na gravidez em rótulos e em locais de venda desses produtos.

São, na verdade, medidas simples, que não implicam ônus ou grandes acréscimos de atribuições, mas fundamentais para contribuir para o futuro melhor dos cidadãos brasileiros. Nesse sentido, esperamos o apoio dessa Casa para que a iniciativa prospere com a celeridade que o tema exige.

Sala das Sessões, em 18 de maio de 2016.

**Deputado RÔMULO GOUVEIA  
PSD/PB**

**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 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990**

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

### LIVRO I

#### PARTE GERAL

**TÍTULO II**  
**DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS**  
**CAPÍTULO I**  
**DO DIREITO À VIDA E À SAÚDE**

Art. 7º A criança e o adolescente têm direito à proteção à vida e à saúde, mediante a efetivação de políticas sociais públicas que permitam o nascimento e o desenvolvimento saudável e harmonioso, em condições dignas de existência.

Art. 8º É assegurado a todas as mulheres o acesso aos programas e às políticas de saúde da mulher e de planejamento reprodutivo e, às gestantes, nutrição adequada, atenção humanizada à gravidez, ao parto e ao puerpério e atendimento pré-natal, perinatal e pós-natal integral no âmbito do Sistema Único de Saúde. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 1º O atendimento pré-natal será realizado por profissionais da atenção primária. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 2º Os profissionais de saúde de referência da gestante garantirão sua vinculação, no último trimestre da gestação, ao estabelecimento em que será realizado o parto, garantido o direito de opção da mulher. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 3º Os serviços de saúde onde o parto for realizado assegurarão às mulheres e aos seus filhos recém-nascidos alta hospitalar responsável e contrarreferência na atenção primária, bem como o acesso a outros serviços e a grupos de apoio à amamentação. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 4º Incumbe ao poder público proporcionar assistência psicológica à gestante e à mãe, no período pré e pós-natal, inclusive como forma de prevenir ou minorar as consequências do estado puerperal. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009*)

§ 5º A assistência referida no § 4º deste artigo deverá ser prestada também a gestantes e mães que manifestem interesse em entregar seus filhos para adoção, bem como a gestantes e mães que se encontrem em situação de privação de liberdade. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009 e com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 6º A gestante e a parturiente têm direito a 1 (um) acompanhante de sua preferência durante o período do pré-natal, do trabalho de parto e do pós-parto imediato. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 7º A gestante deverá receber orientação sobre aleitamento materno, alimentação complementar saudável e crescimento e desenvolvimento infantil, bem como sobre formas de favorecer a criação de vínculos afetivos e de estimular o desenvolvimento integral da criança. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 8º A gestante tem direito a acompanhamento saudável durante toda a gestação e a parto natural cuidadoso, estabelecendo-se a aplicação de cesariana e outras intervenções cirúrgicas por motivos médicos. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 9º A atenção primária à saúde fará a busca ativa da gestante que não iniciar ou que abandonar as consultas de pré-natal, bem como da puérpera que não comparecer às consultas pós-parto. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 10. Incumbe ao poder público garantir, à gestante e à mulher com filho na infância que se encontrem sob custódia em unidade de privação de liberdade, ambiente que atenda às normas sanitárias e assistenciais do Sistema Único de Saúde para o acolhimento do filho, em articulação com o sistema de ensino competente, visando ao desenvolvimento integral da criança. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

Art. 9º O Poder Público, as instituições e os empregadores propiciarão condições adequadas ao aleitamento materno, inclusive aos filhos de mães submetidas a medida privativa

de liberdade.

§ 1º Os profissionais das unidades primárias de saúde desenvolverão ações sistemáticas, individuais ou coletivas, visando ao planejamento, à implementação e à avaliação de ações de promoção, proteção e apoio ao aleitamento materno e à alimentação complementar saudável, de forma contínua. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016](#))

§ 2º Os serviços de unidades de terapia intensiva neonatal deverão dispor de banco de leite humano ou unidade de coleta de leite humano. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016](#))

.....  
.....

## **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.

### **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 Fumígeros, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 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. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 7º (*VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (*Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

I - a venda por via postal; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos

programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

---

## **LEI Nº 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008**

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para inibir o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

---

# PROJETO DE LEI N.º 6.395, DE 2016

## (Do Sr. Flavinho)

Altera a lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-5339/2016.

O Congresso Nacional decreta:

**Art. 1º.** O artigo 4º da lei 9.294 de 15 de julho de 1996 passará a vigorar com a seguinte redação:

*Art. 4º .....*

.....

*§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool" e "Produto não aconselhável à gestante e lactante".*

**Art. 2º.** O artigo 4º-A da lei 9.294 de 15 de julho de 1996 passará a vigorar com a seguinte redação:

*Art. 4º-A. Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção e que este produto não é aconselhável à gestante e lactante.*

**Art. 3º.** Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

O consumo de álcool é desaconselhável em qualquer idade e proibido aos menores de 18 anos, sendo que sua ingestão pode ocasionar incontáveis problemas de saúde tais como miopatia, aranha vascular, hemorragia cerebral, demência, hepatite aguda, cirrose, etc.

A ingestão de álcool já é considerada em diversos países como um grave problema de saúde pública, pois seu consumo elevado está atrelado ao surgimento de diversas doenças, sejam elas físicas ou psíquicas. Segundo o CISA (Centro de Informações sobre Saúde e Álcool) há muito se sabe que o consumo de

álcool é responsável tanto pelo adoecer como pelo aumento da mortalidade das pessoas. Pesquisas recentes contribuíram para o entendimento de que existe relação entre o consumo de álcool e o surgimento de doenças específicas, assim como elas também demonstraram que o alcoolismo é uma doença complexa e multifatorial. O consumo de álcool tem relação causal com mais de 60 condições médicas, muitas com efeitos devastadores. Não só a quantidade ingerida, mas, padrões de consumo são importantes para a compreensão dos problemas de saúde relacionados a ingestão de bebidas alcoólicas.

Se não bastasse todos esses problemas que o álcool traz à sociedade, ainda temos aqueles relacionados ao consumo de álcool por gestantes. O uso do álcool durante a gestação pode ser muito perigoso para a mamãe e para o feto. Não existe uma dose limite pré-estabelecida para a ingestão do álcool pela gestante que não prejudique o bebê.

Tomar um “chopinho” durante a gravidez, gesto aparentemente inofensivo, pode gerar danos irreversíveis no bebê, como por exemplo, a Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) uma das doenças graves causadas pelo mau的习惯o materno de ingerir álcool durante a gestação. Apenas para entender a gravidade desta doença, explicamos que a SAF é o transtorno mais grave do espectro de desordens fetais alcoólicas (fetal alcohol spectrum disorders – FASD) e constitui um complexo quadro clínico de manifestações diversas que podem ocorrer em quem cuja mãe consumiu bebida alcoólica durante a gestação. Os efeitos decorrem da interferência na formação cerebral, em especial na proliferação normal e migração dos neurônios que não se desenvolvem completamente em certas estruturas e podem acarretar alterações congênitas, anomalias do sistema nervoso central, retardo no crescimento e prejuízos no desenvolvimento cognitivo e comportamental.

Importante mencionar que o álcool é uma substância com livre passagem pela placenta e, portanto, possui livre passagem para o feto. O fígado do bebê que está em formação metaboliza o álcool duas vezes mais lentamente que o fígado da sua mãe, isto é, o álcool permanece por mais tempo no organismo do bebê do que da sua mamãe. O aborto espontâneo e o trabalho de parto prematuro, assim como outras complicações da gravidez, também estão relacionados com o uso do álcool, mesmo em quantidades menores. O risco de aborto espontâneo quase dobra quando a gestante consome álcool.

Os prejuízos causados no feto pelo álcool podem causar desde gestos desajeitados até problemas de comportamento, falta de crescimento, rosto desfigurado e retardo mental, dependendo da fase da gravidez e também da quantidade de álcool ingerido. A Organização Mundial da Saúde estima que a cada ano 12 mil bebês no mundo nascem com a Síndrome Fetal do Álcool ou Síndrome do Alcoolismo Fetal (SAF) ou 2,2 de cada mil nascimentos vivos.

Diante destes mais diversos malefícios que o álcool pode ocasionar na gestante e principalmente no feto que a futura mãe está gerando, nos parece sensato obrigar que todos os rótulos de bebidas alcoólicas constem a frase de que este produto não é aconselhável à gestante. O objetivo de inclusão desta frase se faz necessário no intuito de destacar a importância de que as gestantes evitem ao máximo o consumo de bebidas alcoólicas.

Oportuno destacar que o consumo de álcool por lactantes também é extremamente desaconselhável podendo causar impactos na qualidade e quantidade do leite materno. Cientistas da Monell Chemical Senses Center nos Estados Unidos

relatam que mesmo doses moderadas de álcool irão afetar os hormônios responsáveis pela lactação de maneira negativa.

É preciso dar uma maior notoriedade a esse assunto, visto que aqui no Brasil há uma cultura errada de dizer que o consumo de cerveja preta aumenta a produção de leite materno, quando na verdade o efeito é contrário. Então o fato de constar em todas bebidas a informação de que o consumo de álcool é desaconselhável a gestantes e lactantes se faz muito necessário.

Certo de que os ilustres Pares concordarão com a relevância dessa iniciativa, espera-se contar com o apoio necessário para a aprovação dessa proposição.

Sala das sessões, em 25 de outubro de 2016.

**Deputado FLAVINHO – PSB/SP**

**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 N° 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.

### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

---

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei n° 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 6.582, DE 2016**

### **(Do Sr. Glauber Braga)**

Acrescenta o §6º ao art. 7º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para determinar que as propagandas de medicamentos sejam elaboradas com a divisão proporcional do tempo entre os relatos dos seus aspectos positivos e aspectos negativos.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-4205/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O art. 7º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do §6º seguinte:

“Art. 7º.....

.....

*§6º As propagandas de medicamentos isentos de prescrição, veiculadas nos órgãos de comunicação social, deverão ter o respectivo tempo dividido, de forma proporcional, entre os relatos dos seus aspectos positivos, como indicação e benefícios, e aspectos negativos, como efeitos colaterais e adversos.” (NR)*

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

### **JUSTIFICAÇÃO**

Os medicamentos são produtos de elevado interesse público, em face de sua essencialidade na proteção da saúde e da vida humana. Em face dos riscos sanitários a eles intrínsecos, não podem ser tratados como produtos comuns de consumo.

Por isso, a Constituição previu, em seu art. 220, §4º, que o legislador ordinário deveria criar regras para restringir a liberdade de expressão nas propagandas que envolvessem tais produtos, com a finalidade de proteger os indivíduos e as famílias. Também previu que essa lei estabelecesse “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”.

Assim, em resposta ao direcionamento constitucional, o legislador editou a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Esse diploma legal, então, limitou a propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie apenas em publicações especializadas, dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde. Os veículos de comunicação social não podem exibir propagandas de medicamentos, com uma única exceção, que são os produtos isentos de prescrição, conforme previsto no § 1º do art. 7º, desde que veiculem advertências quanto ao seu abuso.

Entretanto, o que de fato ocorre atualmente é que as peças publicitárias dos medicamentos isentos de prescrição que são veiculadas na imprensa social utilizam a quase totalidade do tempo para exaltar os benefícios do respectivo produto, suas indicações, modo de uso e suas qualidades. Muito pouco tempo fica reservado para o esclarecimento do público alvo a respeito das contraindicações dos medicamentos, seus efeitos não desejados, suas interações com outras substâncias e seu uso por pessoas com condições de saúde especiais, como insuficiência renal, hepática e problemas cardíacos.

Essa forma de propaganda, além de promover uma automedicação irracional e o uso abusivo de fármacos, prejudica que o consumo seja feito da forma mais informada possível. O Código de Defesa do Consumidor preza de modo especial pela importância do consumo informado para todos os tipos de produtos, bens e serviços. Isso é essencial para que a relação de consumo seja estabelecida em bases que permitam a manifestação de vontade das partes sem a ocorrência de vícios. E todos esses aspectos ganham contornos ainda mais essenciais quando se trata de produtos que possuem riscos à saúde e à vida, como acontece com os medicamentos.

Dessa forma, considero de bom alvitre que a lei obrigue os laboratórios farmacêuticos a esclarecerem os potenciais consumidores de seus produtos todos os aspectos relevantes, não só os benefícios do fármaco, mas seus malefícios também. As peças publicitárias dos produtos isentos de prescrição precisam, assim, destinar o mesmo tempo para relatar os aspectos positivos e negativos presentes nesses medicamentos. Essa é uma forma de garantir o consumo informado.

Ante o exposto, solicito o apoio dos demais parlamentares no sentido da aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em 29 de novembro de 2016.

Deputado Glauber Braga  
PSOL/RJ

**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.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação. (*Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social. (*Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

.....

## LEI N° 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.

## O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. ([Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34](#))

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. ([Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

.....

.....

## PROJETO DE LEI N.º 6.800, DE 2017 (Do Sr. Cabo Sabino)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-753/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. As propagandas de bebidas alcoólicas, inclusive em meio eletrônico, serão permitidas em horário específico.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações;

“Art. 4º . As propagandas de bebidas alcoólicas, inclusive em meio eletrônico, serão permitidas entre as 22h e 5h, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se refere o parágrafo único deste artigo.

“Parágrafo único. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: “Evite o consumo excessivo de álcool”; “Bebida alcoólica causa dependência”; Dirigir sob a influência de álcool é crime”; e “Venda proibida a menores”. (NR)

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará o responsável ao pagamento de multa.

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

## JUSTIFICAÇÃO

Utilizando-nos do princípio constitucional de que é competência do Estado promover meios que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de propaganda de produtos que possam ser nocivos à saúde, conforme o disposto no art. 220, da Constituição de República Federativa do Brasil de 1988, apresentamos proposição nos termos acima.

A intenção é restringir o horário de publicidade de bebidas alcoólicas. Isso porque o consumo de um produto que pode causar dependência química e colocar em risco a vida de pessoas não deve ser objeto de propaganda publicitária.

O consumo de álcool tem imenso peso como causa de adoecimento e morte no mundo todo, relacionando-se ao mesmo tempo a diversas consequências sociais negativas. Constitui-se como importante causa de morbimortalidade para as nações mais pobres, como terceiro maior fator de risco para problemas de saúde na maioria das nações mais ricas e como principal fator relacionado a adoecimento e morte na maioria dos países pertencente ao grupo, cujas economias encontram-se em grau intermediário de desenvolvimento.

Dentre os principais problemas de saúde pública no Brasil da

atualidade, o mais grave é o consumo de álcool, posto ser este o fator determinante de mais de 10% de toda a morbidade e mortalidade ocorrida neste país. Embora sejam necessários estudos mais abrangentes e específicos, que permitam uma caracterização mais clara dos custos sociais e de saúde relacionados ao álcool no Brasil, as evidências disponíveis são suficientes para colocar como prioritária uma agenda de políticas públicas que contemplam a elaboração de intervenções de controle social deste produto

Ademais, as regras atuais também devem ser aplicadas à publicidade em meio eletrônico, já que crianças e adolescentes possuem cada vez mais acesso à rede mundial de computadores. Logo, é obrigação do Estado promover a proteção desses cidadãos de forma a impedir que seu crescimento seja conturbado por informações equivocadas

Ante o exposto, pedimos aos nobres pares o necessário apoio para a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 02 de fevereiro de 2017.

Deputado CABO SABINO

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA</b>
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 Fumígeros, 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. 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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

---



---

## **PROJETO DE LEI N.º 6.831, DE 2017**

### **(Do Sr. Cajar Nardes)**

Dispõe sobre a aposição de aviso, nos rótulos de bebidas de qualquer teor alcoólico, esclarecendo os perigos advindos do abuso dessas substâncias por condutores de veículos automotores e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a aposição de aviso, nos rótulos de bebidas de qualquer teor alcoólico, esclarecendo os perigos advindos do abuso dessas substâncias por condutores de veículos automotores, além de estabelecer multa para os fabricantes e comerciantes dessas bebidas que descumpram a determinação.

Art. 2º Os rótulos de bebidas de qualquer teor alcoólico comercializadas em território brasileiro devem conter o aviso “SE BEBER, NÃO DIRIJA”, acompanhado de texto descritivo dos perigos advindos do abuso dessas substâncias por condutores de veículos automotores.

Parágrafo único. Os rótulos de que tratam o *caput* devem conter texto que evidencie a ação depressiva do álcool no cérebro e no sistema nervoso central, com consequente redução das capacidades mental e física, diminuição da habilidade para condução de veículos, além de enfatizar a imprudência de se dirigir após o consumo de bebida alcoólica.

Art. 3º Aplica-se aos fabricantes de bebidas de qualquer teor alcoólico e aos estabelecimentos comerciais que descumprirem as determinações desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, a sanção de multa, de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), definida conforme a capacidade econômica do infrator, duplicada em caso de reincidência.

Art. 4º Fica o Poder Executivo responsável pela regulamentação desta Lei, no prazo de cento e oitenta dias a partir de sua publicação, bem como pela definição das competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados de fiscalizar o cumprimento das obrigações e aplicar as sanções aqui previstas.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor no prazo de cento e oitenta dias, a partir da data de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

O nobre Deputado Marco Antonio Tebaldi apresentou, em abril de 2012, o Projeto de Lei nº 3.590, que tornava obrigatória a impressão do aviso “**SE BEBER, NÃO DIRIJA**” nos rótulos das bebidas alcoólicas, juntamente com alerta sobre os perigos advindos do abuso do uso dessa substância por condutores de veículos automotores. O referido projeto foi apensado a outros que tratavam de temas correlatos, mas **acabou prejudicado** em razão da aprovação do Projeto de Lei nº 5.502, de 2013, convertido na Lei nº 13.106, de 17 de março de 2015. Ocorre que a Lei promulgada trata de assunto bastante diverso do contido na proposta original do Deputado Tebaldi, a qual consideramos de extrema relevância para a sociedade brasileira. Por esses motivos, tomamos a liberdade de reapresentar, com pequenas alterações, a proposta do excelentíssimo deputado, na forma do presente projeto, juntamente com a argumentação que lhe embasou, apostando a seguir.

A ação depressiva do álcool no cérebro e no sistema nervoso central reduz as capacidades mental e física, diminuindo a habilidade para condução de veículos e debilitando o controle neuromuscular, pois o motorista torna-se **incapaz de se concentrar satisfatoriamente** depois de uma pequena dose de bebida.

O ato de dirigir exige habilidade, prudência e coordenação motora, mas essas faculdades são facilmente comprometidas com a ingestão de qualquer tipo de bebida alcoólica. A imprudência de dirigir depois de beber pode gerar graves acidentes de trânsito. Um terço dos motoristas e motociclistas mortos tem níveis de álcool no sangue, o que é proibido conforme o Código de Trânsito Brasileiro.

Conforme Secretaria Nacional Antidrogas, **o álcool, mesmo ingerido em pequenas quantidades, está por trás de 61% da totalidade dos acidentes de trânsito**, principalmente nos grandes centros urbanos. Consideramos que, mesmo com a proibição do uso de álcool pelos condutores de veículos automotores, a associação de álcool e direção deve ser urgentemente combatida, especialmente por meio de ações educativas e de conscientização que busquem enfatizar os perigos advindos do uso dessas substâncias pelos condutores.

A disposição da advertência “**SE BEBER, NÃO DIRIJA**”, em todos os rótulos de bebidas alcoólicas, objetiva alertar o motorista de que a ingestão

de bebidas alcoólicas, mesmo em pequena quantidade, compromete gravemente a sua segurança e a dos demais usuários das vias de trânsito.

Certos de que com essa proposição atenderemos ao interesse público e possibilitaremos a proteção da vida, conclamo os nobres Pares para a aprovação da medida.

Sala das Sessões, em 7 de fevereiro de 2017.

**Cajar Nardes**

Deputado Federal

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI N° 13.106, DE 17 DE MARÇO DE 2015**

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, para tornar crime vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar bebida alcoólica a criança ou a adolescente; e revoga o inciso I do art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais.

**A PRESIDENTA DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 243. Vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar, ainda que gratuitamente, de qualquer forma, a criança ou a adolescente, bebida alcoólica ou, sem justa causa, outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica:

Pena - detenção, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave." (NR)

Art. 2º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 258-C:

"Art. 258-C. Descumprir a proibição estabelecida no inciso II do art. 81: Pena - multa de R\$ 3.000,00 (três mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais); Medida Administrativa - interdição do estabelecimento comercial até o recolhimento da multa aplicada."

Art. 3º Revoga-se o inciso I do art. 63 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 - Lei das Contravenções Penais.

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

Brasília, 17 de março de 2015; 194º da Independência e 127º da República.

DILMA ROUSSEFF

José Eduardo Cardozo

Miguel Rossetto

Ideli Salvatti

# PROJETO DE LEI N.º 7.466, DE 2017

## (Do Sr. André Fufuca)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de inclusão de imagens nas embalagens de bebidas alcoólicas produzidas no âmbito do território nacional e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art.1º As indústrias de bebidas alcoólicas com sede no território nacional deverão, em um prazo de 180 dias após a aprovação desta Lei, possuir no rótulo de todas as embalagens do produto fabricado ou engarrafado, imagens com referência aos males do consumo inapropriado ou excessivo do álcool.

§1º Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis que possuam qualquer índice de teor alcoólico.

§2º As imagens citadas no caput, correspondem a fotografias de veículos em colisão ou decorrentes de acidentes em que o motorista se encontrava embriagado por ingestão de bebida alcoólica.

§3º As imagens deverão ser acompanhadas do termo “SE BEBER NÃO DIRIJA” e de dados estatísticos de mortes e lesões graves sofridas no trânsito, decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas.

§4º Excetuam-se destas determinações contidas no caput, as bebidas destinadas à exportação.

Art.2º As imagens e as mensagens serão regulamentadas pelo Poder Executivo.

Parágrafo único. O Ministério da Saúde e o Conselho Nacional de Trânsito – CONTRAN devem participar na escolha das imagens e mensagens.

Art.3º No caso de descumprimento desta Lei, a autoridade competente notificará a empresa, através de procedimentos legais, para que proceda a adequação nos termos desta Lei.

§1º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará a empresa às seguintes penalidades:

- I – Advertência, quando da primeira autuação na infração;
- II – Multa, quando da segunda autuação.

§2º A multa prevista no inciso II deste artigo será fixada entre R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), a depender do porte do empreendimento, das circunstâncias da infração, e do número de reincidências, tendo seu valor atualizado pelo IPCA ou qualquer outro índice que venha substituí-lo.

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

### **JUSTIFICATIVA**

A utilização de imagens e mensagens nas embalagens de bebidas alcoólicas sejam elas garrafas de vidro, latas de alumínio, aço ou material semelhante, servirão como um alerta permanente, seguindo os moldes aplicados nas embalagens de produtos fumígenos.

Além das imagens sobre os males que o uso inapropriado e excessivo de bebidas alcoólicas causa, nosso Projeto busca a conscientização dos usuários de bebidas alcoólicas quanto a seu uso indiscriminado e precoce entre os adolescentes.

A ingestão precoce de álcool é a principal causa de morte de jovens de 15 a 24 anos de idade em todas as regiões do mundo. O dado está no Guia Prático de Orientação sobre o impacto das bebidas alcoólicas para a saúde da criança e do adolescente, lançado pela SBP (Sociedade Brasileira de Pediatria).

Segundo estudos científicos citados no guia, quase 40% dos adolescentes brasileiros experimentaram álcool pela primeira vez entre 12 e 13 anos, em casa. Entre adolescentes de 12 a 18 anos que estudam nas redes pública e privada de ensino, 60,5% declararam já ter consumido álcool.

Os médicos ressaltam que quanto menor a idade de início da ingestão de bebida alcoólica, maiores as possibilidades de se tornar um usuário dependente ao longo da vida. Para especialistas, o consumo precoce pode levar a uma série de consequências nocivas.

Os adolescentes que se expõem ao uso excessivo de álcool podem ter sequelas neuroquímicas, emocionais, déficit de memória, perda de rendimento

escolar, retardo no aprendizado e no desenvolvimento de habilidades, entre outros problemas.

Deste passo, o projeto busca estabelecer com as indústrias de bebidas alcoólicas um compromisso para com a vida humana e o meio ambiente, e com o futuro das próximas gerações, incentivando o respeito para com a vida em sociedade e o meio ambiente como um todo.

Dessa forma, espero contar com o apoio dos nobres colegas, para a provação do presente Projeto de lei, ante a relevância da matéria ora representada.

Sala das Sessões, em 24 de abril de 2017.

**Deputado ANDRÉ FUFUCA**

## **PROJETO DE LEI N.º 7.898, DE 2017**

**(Do Sr. Rômulo Gouveia)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir o anúncio de bebidas alcóolicas em repartições públicas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-1557/2015.

### **O Congresso Nacional decreta:**

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir o anúncio de bebidas alcóolicas em repartições públicas.

Art. 2 Inclua-se o Art. 4º B na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

“Art. 4º B Fica vedada a publicidade de qualquer forma ou em qualquer meio, bem como a venda de bebidas alcóolicas com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac, além de cervejas e similares, em repartições públicas e congêneres em todas as esferas de poder, entre os entes

federados, ainda que tais órgãos e entes públicos sejam destinados exclusivamente às atividades educacionais, culturais e artísticas.”

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação

## **JUSTIFICAÇÃO**

O consumo exagerado de bebida alcóolica tem se mostrado um grande problema no âmbito da sociedade brasileira. Além do aumento da violência doméstica e de gênero, os acidentes automobilísticos causados motoristas embriagados provocam grande impacto no aumento dos custos hospitalares, sobrecarregando o Sistema Único de Saúde e causando grandes prejuízos financeiros ao País. Há que se considerar ainda o dano irreparável provocado nas famílias pela perda de vidas e a mutilação de pessoas saudáveis.

Por outro lado, a juventude também tem sido fortemente influenciada pelo consumo irrefreado de bebidas alcóolicas, produzindo, desde cedo, hábitos nocivos nas novas gerações. Segundo estudos científicos citados no guia da Sociedade Brasileira de Pediatria - SBP, conforme matéria publicada no site da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)<sup>1</sup>, quase 40% dos adolescentes brasileiros experimentaram álcool pela primeira vez entre 12 e 13 anos. “A maioria deles bebe entre familiares e amigos, estimulados por conhecidos que já bebem ou usam drogas. Entre adolescentes de 12 a 18 anos que estudam nas redes pública e privada de ensino, 60,5% declararam já ter consumido álcool. Ao ser apresentado a essa publicidade, acaba estimulado precocemente a ingestão de bebidas alcoólicas. Os especialistas afirmam que o consumo de álcool e drogas durante a adolescência está associado a vários fatores, como a sensação juvenil de onipotência, o desafio à estrutura familiar e social, à curiosidade e impulsividade, necessidade de aceitação, busca de novas experiências e baixa autoestima”, diz a reportagem.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-02/guia-alerta-sobre-consumo-precoce-de-bebidas-alcoolicas-entre-jovens>. Acessado em: 06.06.2017.

Segundo a SBP, além dos fatores individuais de predisposição juvenil, colabora ainda o fácil acesso às bebidas no Brasil e o marketing que associa o álcool a prazer, sucesso, beleza. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), cerca de 2,5 milhões de pessoas morrem a cada ano no mundo devido ao consumo excessivo de álcool. O índice chega a 4% do total da mortalidade mundial e é maior do que as mortes registradas em decorrência da AIDS ou tuberculose.

A proposta do presente projeto de lei é proibir a publicidade de bebidas alcoólicas nos espaços reservados à publicidade nos órgãos e autarquias públicas. A proposta anora-se no disposto no Artigo 220, parágrafo 4º, da Constituição Federal, que estabelece a propaganda comercial de bebidas alcoólicas estará sujeita a restrições legais. A base legal para as restrições ao marketing é a Lei nº 9.294/96, que trata do horário de veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão, que só podem ser exibidas das 21h às 6h.

A despeito da má aplicação da lei específica, temos ainda o problema da permissividade legal, por meio de lacunas deixadas pelos legisladores. Este projeto ataca uma delas, ao proibir a venda de qualquer tipo de publicidade de bebidas ou até mesmo a publicidade sobre elas, em autarquias e órgãos públicos, seja em nível federal, estadual ou municipal. No guia referido acima, as recomendações incluem ainda a responsabilidade dos gestores públicos, nas esferas municipal, estadual e federal, principalmente na restrição da oferta de bebidas aos adolescentes e no aumento da fiscalização da idade mínima, de 18 anos, permitida para beber.

Assim, o projeto em tela também inclui nas restrições as cervejas e produtos similares, que, conforme a Lei Murad, não são considerados bebidas alcóolicas por possuírem teor inferior a treze graus Gay Lussac. Sabe-se que outras medidas associadas podem ser adotadas, como o aumento de impostos e dos preços das bebidas, porém a proibição das propagandas alusivas em órgãos públicos é um avanço importante na promoção de hábitos saudáveis em nossa sociedade, inclusive em locais onde a cultura é promovida pelo Estado, como deve ser, a exemplo dos

centros culturais da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil espalhados pelo País.

Pela relevância do presente projeto no sentido de respeitar a vida, entre outros valores, pedimos o apoio dos Deputados para aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 20 de junho de 2017.

**Deputado RÔMULO GOUVEIA  
PSD/PB**

**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 N° 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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

---

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

---



---

## **PROJETO DE LEI N.º 8.139, DE 2017**

**(Do Sr. Célio Silveira)**

Altera o art. 8º da Lei nº 8.069, de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, adicionando o cuidado com a prevenção e acompanhamento em gestantes e crianças com relação à Distúrbios Fetais Relacionados ao Álcool e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-5339/2016.

O Congresso Nacional decreta:

**Art. 1º** O artigo 8º, da Lei 8.069, de 1990, será acrescido do seguinte parágrafo e incisos, passando a vigorar com a seguinte redação:

Art. 8º .....

.....  
§11. A gestante deverá receber orientação sobre os efeitos do uso do álcool durante a gravidez, sendo advertida sobre os casos de Distúrbios Fetais Relacionados ao Álcool.

I - Em caso de efetivo diagnóstico de possível alcoolismo da gestante, esta deverá ser encaminhada para avaliação médica multidisciplinar específica, a fim de sanar o vício e receber o devido apoio.

II – As unidades de saúde devem colher dados das gestantes, seguindo protocolo internacional, dando especial atenção àquelas que apontem o uso de álcool.

III – As crianças nascidas de mães que fizeram/fazem uso do álcool, receberão acompanhamento especial e continuo, por meio de equipe médica multidisciplinar, principalmente aquelas que forem diagnosticadas com Distúrbios Fetais Relacionados ao Álcool.

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

Os Distúrbios Fetais Relacionados ao Álcool, inclusive a Síndrome Alcoólica Fetal (SAF), fazem parte do espectro de desordens fetais alcoólicas, representando o mais sério dos vários efeitos resultantes da exposição pré-natal ao álcool. O diagnóstico é feito por meio de um padrão de alterações faciais, restrição de crescimento pré e/ou pós-natal e evidências de anormalidades estruturais e/ou funcionais do sistema nervoso central.

Estas alterações podem se perpetuar por toda a vida, uma vez que ainda não há tratamento, no sentido curativo. Assim, se faz necessário a realização de intervenções paliativas, com a finalidade de minimizar as lesões causadas.

Apesar dos efeitos adversos do consumo de álcool por mulheres gestantes serem conhecidos, as crianças, vítimas diretas, muitas vezes não recebem um diagnóstico correto, devido à ausência de uniformidade de critérios para esse fim.

No Brasil, há uma carência de dados epidemiológicos, no que tange o consumo de álcool por mulheres gestantes, demonstrando a necessidade de maior inquirição a fim de avaliar o alcance do problema. Esta caracterização do perfil de gestantes consumidoras de álcool se torna muito relevante não apenas para que haja a devida assistência pré-natal, mas também para a adoção de medidas populacionais de prevenção e intervenção.

Atualmente, as causas do alcoolismo na gravidez estão associadas às más condições socioeconômicas, baixo instrução educacional, multiparidade, idade acima dos 25 anos e, concomitantemente, encontram-se desnutrição, doenças infecciosas e uso de outras drogas.

Diante do exposto, a presente proposição tem a finalidade de garantir à gestante e criança o devido apoio quanto ao consumo de álcool da gestação, tendo em vista que o diagnóstico precoce da doença é considerado fator protetor relevante. Sabe-se que os melhores resultados são obtidos por pacientes devidamente diagnosticadas, ainda na primeira infância, sendo a prevenção a única saída para evitar tais casos.

Por essas razões, e visando melhorar o atendimento a esse grupo de mulheres e crianças, que por falta de informação e apoio sofrem as terríveis consequências dos Distúrbios Fetais Relacionados ao Álcool, inclusive a Síndrome Alcoólica Fetal, solicitamos o apoio dos ilustres pares para a aprovação do presente

Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 02 de agosto de 2017.

Deputado Célio Silveira

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI N° 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990**

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**LIVRO I**  
**PARTE GERAL**

**TÍTULO II**  
**DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS**

**CAPÍTULO I**  
**DO DIREITO À VIDA E À SAÚDE**

Art. 7º A criança e o adolescente têm direito à proteção à vida e à saúde, mediante a efetivação de políticas sociais públicas que permitam o nascimento e o desenvolvimento saudável e harmonioso, em condições dignas de existência.

Art. 8º É assegurado a todas as mulheres o acesso aos programas e às políticas de saúde da mulher e de planejamento reprodutivo e, às gestantes, nutrição adequada, atenção humanizada à gravidez, ao parto e ao puerpério e atendimento pré-natal, perinatal e pós-natal integral no âmbito do Sistema Único de Saúde. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 1º O atendimento pré-natal será realizado por profissionais da atenção primária. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 2º Os profissionais de saúde de referência da gestante garantirão sua vinculação, no último trimestre da gestação, ao estabelecimento em que será realizado o parto, garantido o direito de opção da mulher. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 3º Os serviços de saúde onde o parto for realizado assegurarão às mulheres e aos seus filhos recém-nascidos alta hospitalar responsável e contrarreferência na atenção primária, bem como o acesso a outros serviços e a grupos de apoio à amamentação. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016*)

§ 4º Incumbe ao poder público proporcionar assistência psicológica à gestante e à mãe, no período pré e pós-natal, inclusive como forma de prevenir ou minorar as consequências do estado puerperal. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009*)

§ 5º A assistência referida no § 4º deste artigo deverá ser prestada também a gestantes e mães que manifestem interesse em entregar seus filhos para adoção, bem como a gestantes e mães que se encontrarem em situação de privação de liberdade. (*Parágrafo acrescido*

pela Lei nº 12.010, de 3/8/2009 e com redação dada pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

§ 6º A gestante e a parturiente têm direito a 1 (um) acompanhante de sua preferência durante o período do pré-natal, do trabalho de parto e do pós-parto imediato. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

§ 7º A gestante deverá receber orientação sobre aleitamento materno, alimentação complementar saudável e crescimento e desenvolvimento infantil, bem como sobre formas de favorecer a criação de vínculos afetivos e de estimular o desenvolvimento integral da criança. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

§ 8º A gestante tem direito a acompanhamento saudável durante toda a gestação e a parto natural cuidadoso, estabelecendo-se a aplicação de cesariana e outras intervenções cirúrgicas por motivos médicos. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

§ 9º A atenção primária à saúde fará a busca ativa da gestante que não iniciar ou que abandonar as consultas de pré-natal, bem como da puérpera que não comparecer às consultas pós-parto. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

§ 10. Incumbe ao poder público garantir, à gestante e à mulher com filho na primeira infância que se encontrem sob custódia em unidade de privação de liberdade, ambiência que atenda às normas sanitárias e assistenciais do Sistema Único de Saúde para o acolhimento do filho, em articulação com o sistema de ensino competente, visando ao desenvolvimento integral da criança. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

Art. 9º O Poder Público, as instituições e os empregadores propiciarão condições adequadas ao aleitamento materno, inclusive aos filhos de mães submetidas a medida privativa de liberdade.

§ 1º Os profissionais das unidades primárias de saúde desenvolverão ações sistemáticas, individuais ou coletivas, visando ao planejamento, à implementação e à avaliação de ações de promoção, proteção e apoio ao aleitamento materno e à alimentação complementar saudável, de forma contínua. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

§ 2º Os serviços de unidades de terapia intensiva neonatal deverão dispor de banco de leite humano ou unidade de coleta de leite humano. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.257, de 8/3/2016)

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 8.741, DE 2017**

**(Do Sr. Luciano Ducci)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a publicidade de bebidas de qualquer teor alcoólico em eventos automobilísticos.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-1557/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a publicidade de bebidas de qualquer teor alcoólico em eventos automobilísticos.

Art. 2º Acrescente-se o seguinte artigo 4º-B à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996:

*"Art. 4º-B. É vedada a propaganda ou o merchandising de bebidas de qualquer teor alcoólico em eventos automobilísticos de qualquer natureza realizados dentro do País".(NR)*

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal de 1988 previu, em seu artigo 220, § 4º, a restrição ao uso e à propaganda de bebidas alcoólicas, na forma de lei. Este Congresso Nacional aprovou, então, em 1996, a Lei nº 9.294, que estabeleceu algumas restrições. Ao longo dos últimos vinte anos, tal instrumento legal vem sofrendo inúmeras alterações, no sentido de se buscar uma política pública mais adequada, ou, simplesmente, menos omissa em relação aos malefícios causados pelo álcool e outras drogas.

No mundo inteiro, surgem iniciativas que procuram desassociar ingestão de álcool com eventos automobilísticos. Iniciou-se recentemente uma campanha mundial que visa combater a associação de álcool e direção. A União Europeia já manifestou a intenção de proibir a publicidade desses produtos em eventos esportivos. Alguns países, como a França, já não permitem a veiculação de propaganda de álcool associada a qualquer tipo de direção automotiva, mesmo em eventos automobilísticos. Nos últimos anos, a categoria máxima do automobilismo (Fórmula 1) tem virado alvo das principais marcas de bebidas alcoólicas no mundo.

Em um movimento que lembra a campanha pública travada contra a propaganda de tabaco nos anos 2000, a Aliança Política Europeia para o Álcool escreveu uma carta aberta a Federação Internacional de Automobilismo (FIA), questionando e pedindo uma reunião rápida sobre o assunto. Na citada correspondência, Mariann Skar, secretária-geral da entidade, à época, afirma: "Ao considerar a prevalência destrutiva da combinação álcool e volante, permitindo que mensagens contraditórias sejam apresentadas, os patrocínios da F1 parecem cada vez mais inapropriados, dada a audiência total de 500 milhões de pessoas". A Aliança, que possui ligação com 57 órgãos de saúde pública em 25 países europeus, acrescentou ainda: "Permitir o patrocínio de álcool na F1 parece ser uma contradição de muitas diretrizes oficiais para a comercialização de álcool. E vai contra as diretrizes da União Europeia que afirma que o marketing para o consumo de álcool não pode estar ligado à condução de veículos".

A Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) realizada em 2015 mostra que aproximadamente um quarto dos brasileiros que dirige insiste em desobedecer à lei e colocar vidas em risco. Conforme o levantamento, 24,3% dos motoristas afirmam que assumem a direção do veículo após ter consumido bebida alcoólica. O resultado disso foi a morte de 479 mortes nas rodovias federais no ano passado, causadas por embriaguez ao volante. Na avaliação de especialistas, apesar de a Lei Seca prever

multas, perda da habilitação e detenção para quem é flagrado dirigindo sob efeito de álcool, o comportamento dos motoristas mudou pouco nos últimos anos. Segundo a Polícia Rodoviária Federal, cerca de 8% dos acidentes com mortes nas estradas federais ocorrem por ingestão de álcool.

Nossa legislação é insuficiente para coibir a prática de dirigir sob o efeito do álcool. O incentivo gerado pela propaganda associada aos eventos automobilísticos agrava ainda mais a questão e não pode mais ser tolerado pela sociedade, que vê seus jovens serem mortos em escala crescente a cada ano.

Assim, entendemos que a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas relacionadas a eventos de automobilismo presta um desserviço à sociedade e ao combate desse mal tão presente na nossa sociedade. Esta é a principal motivação deste Projeto de Lei: aperfeiçoar nossa legislação e vedar a associação de bebidas alcoólicas com os eventos automobilísticos.

É importante frisar que, embora a Lei 9.294, de 1996, considere bebida alcoólica somente aquelas com teor alcoólico acima de 13 graus Gay-Lussac, nosso Projeto impede a propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico em eventos automobilísticos, evitando assim que bebidas mais leves acabem associadas com uma indesejável permissão.

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

Sala das Sessões, em 03 de outubro de 2017.

**Luciano Ducci  
Deputado Federal  
PSB/PR**

**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 Fumígeros, 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. 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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência

de álcool, punível com detenção. (*Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008*)

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.

## **PROJETO DE LEI N.º 9.888, DE 2018**

### **(Da Sra. Eliziane Gama)**

Altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 para proibir a propaganda de bebidas alcoólicas nos órgãos de comunicação de massa.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-998/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera o parágrafo único do art. 1º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 para proibir a propaganda de bebidas alcoólicas nos órgãos de comunicação de massa.

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 um grau Gay Lussac."(NR)

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

A proposta original do presente projeto foi apresentada pela Comissão Especial que estudou as medidas necessárias para o enfrentamento às drogas e que encerrou os seus trabalhos em 2010. Essa proposição foi considerada prejudicada em 2013 e, consequentemente, arquivada.

Entendemos que o seu conteúdo deve seguir tramitando, motivo pelo qual o reapresentamos, já que tem o objetivo de proibir, completamente, a propaganda

de bebidas alcoólicas.

Tal medida surtiu benéficos efeitos no caso do tabaco. A ingestão de álcool é ainda mais danosa à saúde é até mesmo à vida das pessoas. Mais de 35.000 pessoas falecem anualmente em acidentes de trânsito, boa parte deles causados por motoristas alcoolizados.

Os objetivos da proposição são muito claros e o clamor por essa providência encontra respaldo nos seminários estaduais realizados pela Comissão que estudou medidas de enfrentamento às drogas.

Pelo exposto, entendemos que a proposta contribui para o aperfeiçoamento da legislação nacional pelo que contamos com o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 27 de março de 2018.

Deputada ELIZIANE GAMA

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI N° 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.

**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 Fumígeros, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

.....  
.....

# PROJETO DE LEI N.º 9.891, DE 2018

## (Da Sra. Eliziane Gama)

Estabelece regras para comercialização de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece regras para comercialização de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

Art. 2º O rótulo de bebidas alcoólicas deverá conter advertência sobre seus malefícios, segundo frases estabelecidas pelo órgão competente.

§ 1º Os rótulos, com exceção dos produtos destinados à exportação, conterão a advertência mencionada no caput, acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

§ 2º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o caput deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, nos recipientes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

Art.3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A proposta original do presente projeto foi apresentada pela Comissão Especial que estudou as medidas necessárias para o enfrentamento às drogas e que encerrou os seus trabalhos em 2010. Essa proposição foi considerada prejudicada em 2015, sem que o texto do projeto a que se refere a prejudicialidade tenha qualquer relação com essa proposta.

Entendemos que o seu conteúdo deve seguir tramitando, motivo pelo qual o reparamos, já que tem o objetivo de obrigar o aumento da oferta de informações ao consumidor de bebidas alcoólicas.

O presente projeto de lei tem por objetivo obrigar que sejam inseridas mensagens de alerta sobre os perigos da ingestão de bebidas alcoólicas na forma de rótulos nos seus recipientes.

Tal medida surtiu efeito muito positivo no caso dos cigarros, o que

colaborou positivamente para a redução do consumo e, consequentemente, para a saúde pública. Com essa providência, esperamos desestimular o consumo de bebidas alcoólicas pela difusão do conhecimento acerca das complicações para a saúde associadas ao consumo abusivo.

Pelo exposto, entendemos que a proposta contribui para o aperfeiçoamento da legislação nacional pelo que contamos com o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 27 de março de 2018.

Deputada ELIZIANE GAMA

## **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 AO PL-1557/2015.

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 graduação 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

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA</b>
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 fumígeros, 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 fumígeros, 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 fumígero, 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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 10.566, DE 2018**

**(Do Sr. Diego Andrade)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, visando intensificar de forma visível as causas de quem dirige sob a influência de bebidas alcoólicas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Esta Lei acrescenta dispositivo à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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”, dispondo das imagens e advertências nas embalagens de bebidas alcoólicas.

Art. 2º - Acrescente-se o art. 4º B na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

“Art. 4º-B. Ficam as empresas que fabricam e comercializam bebidas alcoólicas obrigadas a incluírem em seus rótulos, fotografias de veículos em colisão, decorrente de acidente em que o motorista se encontrava embriagado por ingestão de bebida alcoólica.

Parágrafo único. As fotografias dos veículos citados no caput deverão ser acompanhadas do termo “SE BEBER NÃO DIRIJA”, indicando ainda dados estatísticos de mortes e lesões graves sofridas no trânsito, decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas”. (NR)

.....

Art. 3º esta Lei entrará em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

## JUSTIFICATIVA

O objetivo desta proposição é conscientizar os consumidores de bebidas alcoólicas sobre o risco que essa mistura pode causar de uma maneira mais impactante. O texto determina a exibição, nos rótulos das bebidas produzidas e comercializadas, imagens contendo acidentes de trânsito envolvendo motoristas embriagados.

Acreditamos que “a vida deve preponderar sobre a livre iniciativa comercial” em vista do impacto positivo que as exibições dessas imagens possam ter na redução dos números de acidentes de trânsito.

A Pesquisa Nacional de Saúde (PNS)<sup>2</sup> mostra que aproximadamente um quarto dos brasileiros que dirige insiste em desobedecer à lei e colocar a vida em risco.

Segundo o levantamento, 24,3% dos motoristas afirmam que assumem a direção do veículo após ter consumido bebida alcoólica.

Embora a legislação em vigor já determine que os rótulos de bebidas alcóolicas contenham o texto escrito “**Se beber, não dirija**”, o apelo emocional evocado por uma fotografia é significativamente mais acentuado do que uma mera mensagem de texto.

Por esse motivo, apresentamos este Projeto com o objetivo de incentivar o motorista a uma reflexão sobre os riscos associados à embriagues no trânsito, reduzindo, assim, o número de acidentes mediante ao consumo de álcool por motoristas que insistem em desobedecer à lei e colocar a vida em risco.

Isto posto, considerando-se que o âmago nuclear da proposta reside em proporcionar um acréscimo qualitativo ao apelo de que uma imagem tenha maior impacto do que palavras, esperamos contar com o apoio de todos nobres Pares para sua rápida aprovação.

Sala das Sessões, 11 de julho de 2018.

**Dep. DIEGO ANDRADE  
PSD/MG**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
**Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG**  
**Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL**  
**Seção de Legislação Citada - SELEC**

### **LEI N° 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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

**PROJETO DE LEI N.º 10.692, DE 2018**  
**(Do Sr. Dr. Jorge Silva)**

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estender as restrições à publicidade e comercialização de bebidas alcoólicas às bebidas potáveis com qualquer graduação de álcool.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-753/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger com a seguinte redação:

"Art. 1º .....

.....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a um décimo de grau Gay-Lussac. (NR)"

Art. 2º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa

a viger com a seguinte redação:

"Art. 4º .....

.....  
§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: 'beber traz riscos à saúde'. (NR)"

Art. 3º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger aditada dos seguintes dispositivos:

"Art. 4º-B Na propaganda de bebida alcoólica é vedado:

I – associar a marca ou produto a eventos culturais ou desportivos;

II – fazer uso de pessoa notória ou celebridade para divulgação da marca ou produto;

III – endereçar a chamada publicitária a jovens ou associar a mensagem a atividades típicas da juventude.

Art. 4º-C As peças publicitárias, cartazes ou letreiros colocados em locais ou pontos de venda de bebida alcoólica deverão ser posicionados a uma distância mínima de quatro metros de vitrines, bancadas, balcões ou outras instalações em que estejam expostos alimentos ou guloseimas destinados preponderantemente ao público jovem.

Art. 4º-D Aplicam-se as disposições dos artigos 4º, 4º-A, 4º-B e 4º-C, a bebidas potáveis, mesmo quando isentas de álcool, que ostentem a marca, nome de fantasia ou denominação de espécie ou origem de bebida alcoólica.

Art. 4º-E O Poder Executivo definirá, na regulamentação desta lei, frases de alerta aos danos à saúde decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas, a serem inseridas nas embalagens e nas peças de divulgação do produto, usadas em adição ao alerta de que trata o § 2º do art. 4º desta lei".

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

O debate legislativo sobre as restrições à propaganda de bebidas alcoólicas tem repercutido com vigor junto à sociedade, suscitando recomendações e contribuições de entidades interessadas em melhorar a redação da Lei Murad.

A Sociedade Brasileira de Pediatria, respeitada entidade da comunidade médica, participando desse amplo movimento, propôs, recentemente, um conjunto bastante amplo de medidas para tornar mais rigorosa a limitação à publicidade de bebidas alcoólicas.

Consolidamos, neste texto, algumas propostas voltadas a limitar a propaganda desses produtos, em especial por concordarmos com a necessidade de vedar a divulgação de cervejas e outras bebidas alcoólicas consideradas "leves". Estas, quando consumidas em quantidade expressiva, induzem danos à saúde e desvios de comportamento equiparados aos que bebidas de maior teor comprovadamente provocam.

Nesse sentido, esperamos contar com o apoio de nossos Pares para debater a iniciativa, que se soma a outras já em tramitação na Casa. Entendo ser

necessário darmos uma resposta clara à sociedade, fazendo um esforço para protegernos a população, hoje exposta a uma propaganda agressiva desses produtos, de uma tendência ao aumento de consumo de álcool, em especial entre os jovens.

Sala das Sessões, em 08 de agosto de 2018.

Deputado DR. JORGE SILVA

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI N° 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.

**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 Fumígeros, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - não empregar imperativos que induzem diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 7º (*VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (*Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

I - a venda por via postal; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003*)

IX - a venda a menores de dezoito anos. (*Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003*)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. (*Parágrafo acrescido pela Lei n.º*

10.702, de 14/7/2003)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. (Artigo acrescido pela Lei n.º 10.167, de 27/12/2000)

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. (Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. (Artigo acrescido pela Lei n.º 11.705, de 19/6/2008)

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.

# **PROJETO DE LEI N.º 891, DE 2019**

**(Do Sr. Cezinha de Madureira )**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a veiculação de publicidade de bebidas alcoólicas nos aeroportos brasileiros, e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-1557/2015.

**O Congresso Nacional decreta:**

Art. 1º - Esta Lei acrescenta o art. 4º-B à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que “*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*”, para proibir a veiculação de publicidade de bebidas alcóolicas nos aeroportos brasileiros.

“Art. 2º- A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar acrescida do art. 4º-B, com a seguinte redação:

**Art. 4º-B** Fica proibida a veiculação de propaganda de bebida alcoólica nos espaços reservados à publicidade nos aeroportos brasileiros.

Art. 3º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.”

## **JUSTIFICATIVA**

O presente projeto de lei objetiva proibir a veiculação de propaganda de bebida alcoólica nos espaços reservados à publicidade nos aeroportos brasileiros.

O artigo 220, parágrafo 4º da Constituição Federal estabelece que a propaganda comercial de bebidas alcoólicas estará sujeita a restrições legais. Para o cumprimento dos preceitos constitucionais, foi promulgada a Lei nº 9.294/96, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, e restringe o horário de veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão.

A quantidade de propagandas de bebidas nos terminais de embarque e desembarque de passageiros chamou nossa atenção. São inúmeros anúncios, tanto convidando os passageiros para consumo no local, como disponíveis para compra

nas lojas.

O comércio nos aeroportos é intenso e muito lucrativo devido ao número elevado de pessoas que circulam nos terminais. Para termos uma ideia do volume de consumidores, segundo a Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC, mais de 103 milhões de passageiros foram transportados por empresas brasileiras no ano de 2018<sup>3</sup>. E não entraram nessa conta os voos operados por empresas internacionais. São adultos, idosos, jovens e crianças sendo expostos às propagandas de bebidas alcoólicas 24 horas por dia.

A Lei 9.294/96 estabeleceu de maneira muito clara que, nos casos de veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão, *deve sempre ser respeitado o horário entre as vinte e uma e as seis horas*. Ao nosso ver, é mister que essa propaganda seja banida de painéis físicos, pois expõe os consumidores sem interrupção e estimula o consumo de bebida alcóolica.

Por essas razões, apresentamos esta proposta, com a finalidade de banir esse tipo de publicidade nos aeroportos brasileiros, razão pela qual contamos com o apoio dos nobres pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 19 de fevereiro de 2019.

**Deputado CEZINHA DE MADUREIRA  
PSD/SP**

**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

<sup>3</sup> Fonte: ANAC. Disponível em: <http://www.anac.gov.br/noticias/2019/mais-de-103-milhoes-de-passageiros-foram-transportados-em-2018-por-empresas-brasileira> Acesso em fevereiro de 2019.

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 Fumígeros, 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 Fumígenos, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 7º ([VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

I - a venda por via postal; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 1.567, DE 2019**

### **(Do Sr. Aureo Ribeiro)**

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, determinando a impressão de imagem de acidente de trânsito e da mensagem "Se for dirigir, não beba" nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas enlatadas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que “dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos famígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal”, determinando a impressão de imagem de acidente de trânsito e da mensagem “Se for dirigir, não beba” nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 4º-B:

“Art. 4º-B Os rótulos das embalagens de bebidas com teor alcoólico superior a um grau Gay Lussac deverão ser impressos com imagem de acidente de trânsito e a mensagem “**Se for dirigir, não beba**”.

Parágrafo único. A imagem e a mensagem de que trata o *caput* deverão ser impressas de forma destacada no rótulo da embalagem”.

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

Nos últimos anos, a relação entre violência no trânsito e consumo do álcool tem sido objeto de estudos por parte de autoridades públicas e especialistas da área de saúde. Por mais que a Lei Seca de 2008 diminuiu uma quantidade significativa de mortes e invalidez permanente, ainda sim os números dos casos são alarmantes.<sup>4</sup>

De acordo com um estudo realizado pelo Vigitel, que compõe o sistema de Vigilância de Fatores de Risco para doenças crônicas não transmissíveis do Ministério da Saúde, entre os anos de 2011 e 2017, a frequência de adultos que

<sup>4</sup> Benjamin, Tabatha. 2018. Auto Esporte. Lei Seca: Em 10 anos, mortes no trânsito caem 14%, mas fiscalização precisa melhorar. Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: <https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2018/06/lei-seca-em-10-anos-mortes-no-transito-caem-14-mas-fiscalizacao-precisa-melhorar.html>

admitem conduzir veículos motorizados após terem ingerido qualquer tipo de bebida alcóolica aumentou 16% em todo o país.<sup>5</sup>

Foi comprovado que as habilidades necessárias para a direção, como a tomada de decisões, são prejudicadas muito antes dos sinais físicos da embriaguez começarem a aparecer, isso ocorre porque, já nos primeiros goles, o álcool atua como estimulante e pode deixar as pessoas, provisoriamente, com uma sensação de agitação. Todavia, as inibições e a capacidade de julgamento são precipitadamente afetadas, aumentando a probabilidade de tomarem decisões equivocadas. O tempo de reação e reflexos também sofre alterações, comprometendo ainda mais as habilidades necessárias para dirigir. Em doses muito elevadas, a bebida alcoólica pode também causar sonolência ou até mesmo ocasionar a perda da consciência ao volante.<sup>6</sup>

Algumas pessoas acreditam que parar de beber, tomar café ou água podem torná-los aptos a dirigir com segurança. Na realidade o álcool continua a afetar o cérebro, prejudicando a coordenação e capacidade de julgamento até mesmo horas depois da ingestão da última dose. Assim, não existe maneira de acelerar a recuperação do cérebro após a embriaguez, ou tomar boas decisões ao volante quando já estar alcoolizado.<sup>7</sup>

Deste modo, o trabalho deve ser intenso na prevenção, conscientizando os motoristas antes mesmo deles ingerirem a bebida alcóolica, quando ainda podem discernir o certo do errado. Por isso, além de apoiar e divulgar pesquisas científicas, é importante seguir novos caminhos, com ações e campanhas de conscientização e prevenção contra a direção de veículos automotores sob a influência dos efeitos alcoólicos, que é uma das maiores causas de acidentes de trânsito em todo o mundo.<sup>8</sup>

Em 2013 foi sancionada a Lei Municipal 9.374 em Goiânia, que determinava que fossem colocadas nas latas e garrafas imagens de acidentes de trânsito e a frase “Se beber, não dirija”,<sup>9</sup> esta Lei foi declarada inconstitucional por ser

<sup>5</sup> Benjamin, Tabatha. 2018. Auto Esporte. Lei Seca: Em 10 anos, mortes no trânsito caem 14%, mas fiscalização precisa melhorar. Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: <https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2018/06/lei-seca-em-10-anos-mortes-no-transito-caem-14-mas-fiscalizacao-precisa-melhorar.html>

<sup>6</sup> Centro de Informações sobre saúde e álcool. 2019. CISA. Relação entre acidentes de trânsito e álcool. Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: <http://www.cisa.org.br/artigo/469/relacao-entre-acidentes-transito-alcool.php>

<sup>7</sup> Centro de Informações sobre saúde e álcool. 2019. CISA. Relação entre acidentes de trânsito e álcool. Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: <http://www.cisa.org.br/artigo/469/relacao-entre-acidentes-transito-alcool.php>

<sup>8</sup> Centro de Informações sobre saúde e álcool. 2019. CISA. Relação entre acidentes de trânsito e álcool. Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: <http://www.cisa.org.br/artigo/469/relacao-entre-acidentes-transito-alcool.php>

<sup>9</sup> Prefeitura de Goiânia. 2013. LEI Nº 9.374, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2013. Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: [http://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete\\_civil/sileg/dados/legis/2013/lo\\_20131227\\_000009374.html](http://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2013/lo_20131227_000009374.html)

matéria de competência exclusiva da União.<sup>10</sup> Percebe-se assim que o Município de Goiânia já teve essa preocupação em prevenir acidentes de trânsito com esse mecanismo, e tomou uma iniciativa que não foi eficaz por falta de competência para legislar sobre a matéria.

Em alinhamento a essa diretriz, elaboramos o presente projeto com o objetivo de obrigar os fabricantes de bebidas alcoólicas a inserir no invólucro do produto fotografia com imagem de acidente de trânsito, acompanhada da mensagem “**Se for dirigir, não beba**”. A proposta é inspirada na bem-sucedida experiência da Lei Murad, que instituiu a obrigatoriedade da impressão, nas embalagens dos produtos fumígeros, de imagens e mensagens de alerta sobre os malefícios do uso do tabaco. Ademais, um motorista alcoolizado além de colocar a própria vida em risco em um possível acidente, pode ainda envolver a vida de outras pessoas.

Em virtude da relevância da matéria tratada, solicito o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposta.

Sala das Sessões, em 19 de março de 2019.

**Deputado AUREO RIBEIRO  
SOLIDARIEDADE/RJ**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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.

<sup>10</sup> Paula, Ney Teles de. 2016. Tribunal de Justiça de Goiás. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº155758-58.2014.8.09.0000 (201491557583). Acesso em: 18/03/2019. Disponível em: [http://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete\\_civil/sileg/dados/legis/2013/lo\\_20131227\\_000009374\\_adin.pdf](http://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2013/lo_20131227_000009374_adin.pdf)

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

---



---

### **LEI Nº 9374, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2013**

(*Lei declarada inconstitucional pelo Tribunal de Justiça do estado de Goiás em Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 58.2014.8.09.0000 - Protocolo 201491557583*)

Dispõe sobre a obrigatoriedade das empresas que fabricam e comercializam bebidas alcoólicas no Município de Goiânia, de incluírem nos rótulos fotografias de veículos em colisão e estatística de acidentes de trânsito, e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA APROVA E EU SANCIONO A SEGUINTE LEI:

Art. 1º Ficam as empresas que fabricam e comercializam bebidas alcoólicas no âmbito do Município de Goiânia, obrigadas a incluírem em seus rótulos, fotografias de veículos em colisão, decorrente de acidente em que o motorista encontrava-se embriagado por ingestão de bebida alcoólica.

Parágrafo único. As fotografias dos veículos citados no caput deverão ser acompanhadas do termo "SE BEBER NÃO DIRIJA", indicando ainda dados estatísticos de mortes e lesões graves sofridas no trânsito, decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas.

Art. 2º O descumprimento da presente Lei acarretará aos infratores multa de valor de 3.000 (três mil) UFIRs.

Art. 3º Em caso de reincidência a multa deverá ser dobrada.

Art. 4º As empresas terão o prazo de 90 (noventa) dias para se adaptarem ao disposto na presente norma.

Art. 5º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO DE GOIÂNIA, aos 27 dias do mês de dezembro de 2013.

**PAULO GARCIA**  
Prefeito de Goiânia

**OSMAR DE LIMA MAGALHÃES**  
Secretário do Governo Municipal

Adriana Sauthier Accorsi  
Allen Anderson Viana  
Ana Rita Marcelo de Castro  
Cristiano Meireles Rocha  
Dário Délia Campos  
Dineuvan Ramos de Oliveira  
Edmilson Divino dos Santos  
Fernando Machado de Araújo  
Francisco Bento da Silva  
Glaci Antunes de Oliveira  
Iram de Almeida Saraiva Júnior  
Jose Geraldo Fagundes Freire  
Luciano Henrique de Castro  
Lyvio Luciano Carneiro de Queiroz  
Maria Aparecida Siqueira  
Maristela Alencar de Melo Bueno  
Nelcivone Soares de Melo Bueno  
Neyde Aparecida da Silva  
Pablo Henrique Silva Rezende  
Patricia Pereira Veras  
Reinaldo Siqueira Barreto  
Sebastião Peixoto Moura  
Teresa Cristina Nascimento Sousa  
Valdi Camarcio Bezerra

## **PROJETO DE LEI N.º 2.091, DE 2019** **(Do Sr. Vaidon Oliveira)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 para dispor sobre a publicidade de bebidas alcoólicas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-10692/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A 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 quatro décimos de grau Gay Lussac. (NR)*

*Art 4º.....*

.....

*§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência com tamanho de, no mínimo, trinta por cento da área do rótulo contendo os seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool" acompanhado de seus malefícios.*

*§ 3º A propaganda de bebidas alcoólicas em todos os meios de comunicação destinará trinta por cento de seu tempo para advertir sobre os malefícios relacionados à ingestão excessiva de bebidas alcoólicas. (NR)*

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

O presente Projeto de Lei reserva de trinta por cento do tempo de propaganda de bebidas alcoólicas em todos os meios de comunicação para advertir o consumidor acerca dos malefícios relacionados ao consumo excessivo do produto.

Ademais, a proposição conceitua como alcoólica as bebidas que contenham em sua composição teor de álcool superior a quatro décimos de grau Gay Lussac. O texto atual da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, considera alcoólica a bebida que contenha teor de álcool superior a treze graus Gay Lussac. A modificação obrigará comerciais de cerveja e vinho, por exemplo, a se adequarem às determinações da Lei.

O consumo de qualquer tipo de bebida alcoólica pode trazer danos à saúde. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), não existe volume seguro de álcool a ser consumido. O álcool é tóxico para o organismo humano e pode provocar doenças mentais, diversos tipos de cânceres, problemas hepáticos, alterações cardiovasculares e a diminuição da imunidade. Ademais, o consumo de álcool está relacionado a episódios de violência física e a riscos de acidentes de trânsito.

Dados da OMS dão conta que em todo o mundo mais de três milhões de pessoas morrem ao ano pelo uso nocivo de bebidas alcoólicas. Ao todo, 5% das doenças mundiais

são causadas pelo álcool. Relatório de 2018 divulgado pela organização informa que 28% das mortes provocadas pelo consumo de álcool são resultado de lesões, como por exemplo, acidentes de trânsito. Outras 21% são distúrbios digestivos graves, 19% são doenças cardiovasculares e o restante doenças infecciosas, câncer e transtornos mentais.

Nas mulheres, bebidas alcoólicas consumidas durante a gestação aumentam o risco de aborto e de parto prematuro. Além disso, elas podem causar má formação, retardo mental, alterações no rosto, diminuição do tamanho do crânio, retardo no desenvolvimento e problemas cardíacos ao bebê. Há também a síndrome do alcoolismo fetal, que resulta em problemas de fala e raciocínio, diminuição da coordenação motora e problemas de coração do recém-nascido.

Diante do exposto e em face da importância da matéria, peço o apoio dos ilustres membros desta Casa para a aprovação do Projeto de Lei em tela.

Sala das Sessões, em 5 de abril de 2019.

**DEP. VAIDON OLIVEIRA  
PROS-CE**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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.

**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 Fumígenos, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. ([Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546,](#)

de 14/12/2011

§ 7º (VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

I - a venda por via postal; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

IX - a venda a menores de dezoito anos. (Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. (Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

- III - "fumar causa infarto do coração";
- IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";
- V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";
- VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";
- VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e
- VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 2.532, DE 2019**

**(Do Sr. Juninho do Pneu)**

Dispõe da mensagem ilustrativa que alerta o perigo da dependência química em rótulos de embalagens de bebidas alcoólicas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta Lei visa instruir a sociedade quanto ao perigo do consumo excessivo do álcool com alertas ilustrativos nas embalagens demonstrando a dependência química e outros

problemas psicológicos gerados com o consumo excessivo do produto.

Art. 2º. Ficam as bebidas alcoólicas comercializadas em território nacional a produzirem rótulos de embalagens com informações e imagens de advertência obrigatórias alertando quanto ao perigo da dependência química e dos problemas psicológicos gerados pelo consumo do produto.

Art. 3º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICATIVA**

Trata-se de Projeto de Lei que visa instruir a sociedade quanto ao perigo do consumo excessivo do álcool com alertas de dependência psicológica ilustrativas nas embalagens.

O uso de bebidas alcoólicas é tão antigo quanto à própria Humanidade. Beber moderada e esporadicamente faz parte dos hábitos de diversas sociedades. Determinar o limite entre o beber social, o uso abusivo ou nocivo de álcool e o alcoolismo (síndrome de dependência do álcool) é por vezes difícil, pois esses limites são tênues, variam de pessoa para pessoa e de cultura para cultura.

Assim como nas embalagens de cigarro, é importante que os produtos alcoólicos devidos o seu perigo também ilustrem aos consumidores os problemas gerados com o consumo de álcool excessivo.

Segundo a ANVISA, estima-se que cerca de 10% das mulheres e 20% dos homens façam uso abusivo do álcool; 5% das mulheres e 10% dos homens apresentam a síndrome de dependência do álcool ou alcoolismo.

Sabe-se também que o álcool está relacionado a 50% dos casos de morte em acidentes automobilísticos, 50% dos homicídios e 25% dos suicídios. Frequentemente pessoas portadoras de outras doenças mentais (p. ex., ansiedade, pânico, fobias, depressão) apresentam também problemas relacionados ao uso de álcool.

O uso excessivo de bebidas alcoólicas pode afetar praticamente todos os órgãos e sistemas do organismo: “O aparelho gastrintestinal é particularmente atingido”. “Outros aparelhos atingidos são o cardiocirculatório (podendo ocorrer pressão alta, infarto do miocárdio), o sistema nervoso (epilepsia, lesões em nervos periféricos) e o geniturinário (impotência).”

E ainda, o mais grave, o uso de álcool por mulheres grávidas pode levar a malformações no feto com retardamento mental, malformações no coração, membros, crânio e face (síndrome fetal do álcool).

Em doses mais altas podem ocorrer delírios, alucinações com perda do sentido de realidade, além de sentimentos de perseguição. É considerada, equivocadamente, uma droga leve.

Nesta situação a bebida alcoólica se torna uma prioridade para o indivíduo, em detrimento de outras atividades cotidianas o que gera a síndrome de dependência. Caracteriza-se por um desejo descontrolado, irresistível de consumir bebidas alcoólicas.

A pessoa também perde o controle do consumo, bebendo quantidades exageradas e freqüentemente. Se o consumo diminuir ou interromper subitamente aparecem sintomas

físicos e psíquicos de abstinência, ou seja, da falta do álcool.

Ademais, gera outras síndromes como a de abstinência que se caracteriza por tremores, sudorese, aumento da pulsação, náuseas, insônia, agitação, ansiedade; em casos mais graves podem ocorrer convulsões e o *delirium tremens* (além dos sintomas descritos, a pessoa fica confusa, começa a ter alucinações, em geral 'visões' de bichos nas paredes ou andando pelo corpo).

Com o consumo continuo do álcool desenvolve-se a tolerância, caracterizada pela necessidade de consumir doses crescentes de bebida alcoólica para obtenção de efeitos que originalmente eram obtidos com doses mais baixas. A pessoa continua bebendo apesar das evidências claras dos prejuízos físicos, psicológicos, familiares e sociais que vem sofrendo.

A embriaguez ou intoxicação aguda pelo álcool é bem conhecida. A pessoa pode ficar agitada, falante, eufórica, com incoordenação motora, rubor facial. Por vezes o quadro de embriaguez é acompanhado de um esquecimento dos fatos ocorridos durante a embriaguez ("blackout").

Dessa forma, demonstra que assim como risco de dependência física e mental do consumo de drogas, incluindo as alcoólicas, é um fator de risco para a sociedade. Pois quando ingerida em grande quantidade se perde o tempo, e a consciência dos atos praticados, podendo levar a morte ou matar alguém inconscientemente.

Face à enorme relevância do tema, conto com o apoio dos nobres pares para analisar, aperfeiçoar e aprovar este projeto de lei com a maior brevidade.

Sala das Comissões, 25 de abril de 2019.

Deputado **JUNINHO DO PNEU**  
DEM/RJ

## **PROJETO DE LEI N.º 3.354, DE 2019**

**(Do Sr. Damião Feliciano)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para alterar a definição de bebida alcoólica e incluir advertência nos rótulos das embalagens.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-10692/2018.

O Congresso Nacional decreta:

**Art. 1º** Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, para alterar o conceito de bebida

alcoólica e incluir advertência nos rótulos das embalagens dessas desses produtos.

Art. 2º O parágrafo único do artigo 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 igual ou superior a meio grau Gay Lussac.” (NR)

Art. 3º 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 nos seguintes termos: “Evite o consumo excessivo de álcool” e “Evite o consumo de álcool durante a gestação”. (NR)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor 180 dias após a data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

O consumo excessivo de bebidas alcoólicas está entre os fatores que contribuem para diversos malefícios sociais, inclusive os alarmantes números da violência no trânsito no Brasil. Muitos estudos afirmam que a propaganda de bebidas alcoólicas contribui para a ampla aceitabilidade social das bebidas alcoólicas, e, desse modo, influencia tanto no primeiro uso quanto no uso continuado dessa substância<sup>11</sup>.

Segundo uma reportagem veiculada pela Revista Veja, “a publicidade da cerveja pode influenciar não só quais marcas da bebida crianças e adolescentes irão consumir, mas também a quantidade. De acordo com um [estudo publicado no periódico científico Journal of Studies on Alcohol and Drugs](#), os menores de idade expostos a uma grande quantidade de anúncios de bebidas alcoólicas consumiam, por mês, mais de 200 doses de bebida, em comparação com apenas 14 doses naqueles que não assistiam nenhum comercial de bebida alcoólica.<sup>12</sup>

Outro estudo, realizado em São Paulo, ao analisar a associação entre propaganda de álcool e o consumo de cerveja por adolescentes, concluiu que “as propagandas de bebidas alcoólicas se associam positivamente ao consumo recente de cerveja, por remeterem os adolescentes à própria realidade ou por fazê-los acreditar em sua veracidade. Limitar a veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas pode ser um dos caminhos para a prevenção do uso e abuso de álcool por adolescentes”.<sup>13</sup>

No Brasil, a propaganda das bebidas alcoólicas é regulada pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Segundo essa Lei, que também regulamenta cigarros, entre outros produtos, bebida alcoólica é somente aquela com mais de treze graus Gay-Lussac. A principal restrição que apresenta é a redução do horário de propaganda na televisão e no rádio permitindo propagandas de álcool entre 21:00 e 6:00 horas.

No entanto, tais restrições não alcançam as bebidas mais consumidas no país, as cervejas, que, em geral, têm gradação alcóolica em torno de quatro graus Gay-Lussac. A cerveja possui papel de destaque entre as bebidas alcoólicas consumidas no Brasil, representando 85% desse consumo.

As propagandas e marketing das bebidas alcoólicas no país são parte

<sup>11</sup> <http://www.cisa.org.br/artigo/161/as-propagandas-bebidas-alcoolicas-levam-adolescente.php>

<sup>12</sup> <https://veja.abril.com.br/saude/propaganda-e-habito-dos-pais-estimulam-sim-o-consumo-de-alcool/>

<sup>13</sup> <http://www.scielo.br/pdf/rsp/v45n3/1827.pdf>

integrante da criação de um clima normatizador, associando-as exclusivamente a momentos glóriosos e à sexualidade, esquecendo-se dos problemas associados.

O presente Projeto de Lei visa alterar o parágrafo único da Lei nº 9.294, de 1996, para reduzir o teor alcoólico necessário para que se possa considerar certa bebida como alcoólica para efeitos legais. Passa-se dos atuais treze graus para meio grau Gay-Lussac.

Essa alteração visa desestimular o consumo de álcool no Brasil, principalmente entre os adolescentes. O último Levantamento Nacional de Álcool e Drogas da Universidade Federal de São Paulo, com base em pesquisas em 143 municípios do país, mostrou que houve um crescimento da população “apresentada mais cedo” ao álcool: mais de 50% dos brasileiros adultos em 2012 tinham experimentado álcool pela primeira vez entre 12 e 17 anos. Entre a faixa dos 12 aos 14 anos, o número de jovens consumindo álcool praticamente dobrou entre 2006 e 2012 (9% para 17%).<sup>14</sup>

A proposição ainda prevê a inclusão da seguinte advertência “Evite o consumo de álcool durante a gestação” nos rótulos das embalagens. Isso porque o consumo de qualquer quantidade de bebida alcoólica na gestação pode trazer danos irreversíveis ao bebê.

Diante do exposto, e da importância da medida, solicito apoio dos nobres pares para aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 5 de junho de 2019.

Deputado Damião Feliciano  
PDT – PB

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA</b> Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL Seção de Legislação Citada - SELEC
--

## 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.

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 Fumígeros, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer

<sup>14</sup> <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/quando-cerveja-nao-e-alcool-por-que-publicidade-da-bebida-e-liberada-no-brasil-e-provoca-polemica.ghtml>

outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (*"Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de

sua face posterior e de uma de suas laterais. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

§ 7º ([VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011](#))

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

I - a venda por via postal; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva

transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

## PROJETO DE LEI N.º 3.560, DE 2019 (Da Sra. Lauriete)

Dispõe sobre a obrigatoriedade do uso da expressão "Se beber, não dirija!" nos rótulos dos vasilhames das bebidas com teor alcoólico e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-1567/2019.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

**Art. 1º** É obrigatória a divulgação da expressão “Se beber, não dirija!”, nos rótulos das embalagens e nos vasilhames das bebidas com teor alcoólico.

**Parágrafo único.** A expressão citada no “caput” deste artigo deve ser impressa em local visível, com destaque e com letra legível, utilizando-se de cor diferenciada do restante do texto.

**Art. 3º** O descumprimento do disposto nesta Lei ensejará multa variando entre R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) à R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), dobrada em caso de reincidência.

**Art. 4º** Caberá ao Poder Executivo regulamentar a presente Lei no prazo de 90 (noventa) dias, contados da data de sua publicação, baixando os atos que se fizerem necessários para o seu fiel cumprimento.

**Art. 5º** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

#### **JUSTIFICATIVA**

É notório que a junção de bebida alcoólica e direção dos veículos automotores acabam gerando atos indesejáveis, dentre os quais a grande quantidade de perda da vida humana no trânsito.

Todavia, é necessária a adoção de todos os meios de conscientização para o enfrentamento desta triste realidade que ainda mescla a imagem do Brasil no mundo.

Pesquisa apontam que o consumo de bebida alcoólica potencializa as mortes no trânsito, e o caminho mais eficaz e conscientização, logo a presente medida de divulgação nos rótulos dos vasilhames das bebidas com teor alcoólico é meio cabível a fomentar a prática da direção consciente, derradeiramente propiciando um trânsito mais humanizado e pacífico.

Trata-se de medida importante para o combate a violência no trânsito, bem como melhorar realidade social que vivemos. Esperamos, pelas razões expostas, contar com o apoio dos nobres Colegas para a aprovação desta iniciativa.

Sala das Sessões, 17 de junho de 2019.

Deputada LAURIETE  
PL/ES

# **PROJETO DE LEI N.º 3.633, DE 2019**

## **(Do Sr. Pedro Paulo)**

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para dispor sobre o descumprimento de dever inerente ao poder familiar por gestante.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-8139/2017.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para dispor sobre o descumprimento de dever inerente ao poder familiar por gestante.

Art. 2º O art. 249, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

“Art. 249. ....

Parágrafo único. Incide nas mesmas penas, a gestante que fizer uso de tabaco, álcool ou drogas ilícitas durante a gestação.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

## **JUSTIFICAÇÃO**

O Projeto de Lei ora apresentado visa proteger o nascituro contra os efeitos do tabaco, álcool ou drogas ilícitas consumidas durante a gestação, que podem prejudicar o desenvolvimento fetal, acarretando malformações congênitas graves.

Cumpre notar que esta proteção é decorrência do próprio ordenamento jurídico brasileiro, que sendo um conjunto coeso de normas, leva invariavelmente a essa conclusão.

O tabaco está relacionado a malformações diversas dos sistemas cardiovascular, digestivo e musculoesquelético<sup>15</sup>, além da prematuridade. Nesse

---

<sup>15</sup> NICOLETTI, D. et al. Tabagismo materno na gestação e malformações congênitas em crianças: uma revisão sistemática com meta-análise. Cadernos de Saúde Pública, 2014, v.30, n.12, p.2491-2529.

sentido, a Lei nº 9.294, de 1996, que 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, prevê que uma das mensagens de advertência sobre os malefícios do fumo a ser veiculada em transmissões de televisão de eventos culturais ou esportivos patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígeros é "O Ministério da Saúde adverte: em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma" (art. 3º-C, § 2º, V).

**Art. 3ºC** A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígeros, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

[...]

**§ 2º** A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

[...]

IV – "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V – "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

[...]

Por sua vez, o Código Penal prevê que a ofensa à integridade corporal de outrem que causa aceleração do parto (prematuridade) é considerada lesão corporal de natureza grave (art. 129, § 1º, IV):

**Art. 129. Ofender a integridade corporal ou a saúde de outrem:**

Pena - detenção, de três meses a um ano.

#### **Lesão corporal de natureza grave**

**§ 1º** Se resulta:

[...]

III - debilidade permanente de membro, sentido ou função;

IV - aceleração de parto:

Pena - reclusão, de um a cinco anos.

E o Código Civil por sua vez afirma que uma das hipóteses de perda do poder familiar é a lesão corporal de natureza grave (art. 1.638, parágrafo único, II, a):

Art. 1.638. Perderá por ato judicial o poder familiar o pai ou a mãe que:

[...]

Parágrafo único. Perderá também por ato judicial o poder familiar aquele que:

[...]

II – praticar contra filho, filha ou outro descendente:

a) homicídio, feminicídio ou **lesão corporal de natureza grave** ou seguida de morte, quando se tratar de crime doloso envolvendo violência doméstica e familiar ou menosprezo ou discriminação à condição de mulher;

[...]

Portanto, não é possível deixar de concluir que o uso de tabaco (e também do álcool e drogas ilícitas) durante a gestação configura descumprimento de dever inerente ao poder familiar, estando sujeita à multa prevista no art. 249, do Estatuto da Criança e do Adolescente:

Art. 249. Descumpriir, dolosa ou culposamente, os **deveres inerentes ao poder familiar** ou decorrente de tutela ou guarda, bem assim determinação da autoridade judiciária ou Conselho Tutelar:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Como demonstrado, o presente Projeto de Lei apenas deixa expresso aquilo que já é previsto no ordenamento jurídico brasileiro: a proteção do nascituro contra toda forma de danos à sua saúde, incluindo aqueles advindos do cigarro, do álcool e das drogas.

Face ao exposto, peço o apoio dos meus nobres Pares para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em 18 de junho de 2019.

Deputado PEDRO PAULO

**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 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990**

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

---

### **LIVRO II**

#### **PARTE ESPECIAL**

---

### **TÍTULO VII** **DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS**

---

### **CAPÍTULO II** **DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS**

---

Art. 249. Descumprir, dolosa ou culposamente, os deveres inerentes ao poder familiar ou decorrente de tutela ou guarda, bem assim determinação da autoridade judiciária ou Conselho Tutelar: (*Expressão "pátrio poder" substituída por "poder familiar" pelo art. 3º da Lei nº 12.010, de 3/8/2009*)

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Art. 250. Hospedar criança ou adolescente desacompanhado dos pais ou responsável, ou sem autorização escrita desses ou da autoridade judiciária, em hotel, pensão, motel ou congêneres:

Pena - multa. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009*)

§ 1º Em caso de reincidência, sem prejuízo da pena de multa, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009*)

§ 2º Se comprovada a reincidência em período inferior a 30 (trinta) dias, o estabelecimento será definitivamente fechado e terá sua licença cassada. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.038, de 1/10/2009*)

---



---

## **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.

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 Fumígeros, 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 alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se

aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

§ 7º (VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

I - a venda por via postal; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (Inciso acrescido pela Lei nº

[10.167, de 27/12/2000\)](#)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

---



---

## **DECRETO-LEI N° 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940**

Código Penal.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, usando da atribuição que lhe confere o art. 180 da Constituição, decreta a seguinte Lei:

### **CÓDIGO PENAL**

---

#### **PARTE ESPECIAL**

*(Canceladas na Parte Especial quaisquer referências a valores de multas, substituindo-se a expressão "multa de" por "multa", de acordo com o art. 2º da Lei nº 7.209, de 11/7/1984, publicada no DOU de 13/7/1984, em vigor 6 meses após a publicação)*

#### **TÍTULO I** **DOS CRIMES CONTRA A PESSOA**

---

#### **CAPÍTULO II** **DAS LESÕES CORPORAIS**

##### **Lesão corporal**

Art. 129. Ofender a integridade corporal ou a saúde de outrem:  
Pena - detenção, de três meses a um ano.

##### **Lesão corporal de natureza grave**

§ 1º Se resulta:  
I - Incapacidade para as ocupações habituais, por mais de trinta dias;  
II - perigo de vida;  
III - debilidade permanente de membro, sentido ou função;  
IV - aceleração de parto:  
Pena - reclusão, de um a cinco anos.  
§ 2º Se resulta:

- I - Incapacidade permanente para o trabalho;
- II - enfermidade incurável;
- III- perda ou inutilização de membro, sentido ou função; (*Retificado no DOU de 3/1/1941*)
- IV - deformidade permanente;
- V - aborto:
- Pena - reclusão, de dois a oito anos.

### **Lesão corporal seguida de morte**

§ 3º Se resulta morte e as circunstâncias evidenciam que o agente não quis o resultado, nem assumiu o risco de produzi-lo:  
Pena - reclusão, de quatro a doze anos.

### **Diminuição de pena**

§ 4º Se o agente comete o crime impelido por motivo de relevante valor social ou moral ou sob o domínio de violenta emoção, logo em seguida a injusta provocação da vítima, o juiz pode reduzir a pena de um sexto a um terço.

### **Substituição da pena**

§ 5º O juiz, não sendo graves as lesões, pode ainda substituir a pena de detenção pela de multa:

- I - se ocorre qualquer das hipóteses do parágrafo anterior;
- II - se as lesões são recíprocas.

### **Lesão corporal culposa**

§ 6º Se a lesão é culposa:  
Pena - detenção, de dois meses a um ano.

### **Aumento de pena**

§ 7º Aumenta-se a pena de 1/3 (um terço) se ocorrer qualquer das hipóteses dos §§ 4º e 6º do art. 121 deste Código. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.720, de 27/9/2012*)

§ 8º Aplica-se à lesão culposa o disposto no § 5º do art. 121. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 6.416, de 24/5/1977, e com redação dada pela Lei nº 8.069, de 13/7/1990, publicada no DOU de 16/7/1990, em vigor 90 dias após a publicação*)

### **Violência Doméstica (*Nome jurídico acrescido pela Lei nº 10.886, de 17/7/2004*)**

§ 9º Se a lesão for praticada contra ascendente, descendente, irmão, cônjuge ou companheiro, ou com quem conviva ou tenha convivido, ou, ainda, prevalecendo-se o agente das relações domésticas, de coabitação ou de hospitalidade:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 3 (três) anos. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.886, de 17/7/2004, e com redação dada pela Lei nº 11.340, de 7/8/2006, publicada no DOU de 8/8/2006, em vigor 45 dias após a publicação*)

§ 10. Nos casos previstos nos §§ 1º a 3º deste artigo, se as circunstâncias são as indicadas no § 9º deste artigo, aumenta-se a pena em 1/3 (um terço). (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.886, de 17/7/2004*)

§ 11. Na hipótese do § 9º deste artigo, a pena será aumentada de um terço se o crime for cometido contra pessoa portadora de deficiência. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 11.340, de 7/8/2006, publicada no DOU de 8/8/2006, em vigor 45 dias após a publicação*)

§ 12. Se a lesão for praticada contra autoridade ou agente descrito nos arts. 142 e

144 da Constituição Federal, integrantes do sistema prisional e da Força Nacional de Segurança Pública, no exercício da função ou em decorrência dela, ou contra seu cônjuge, companheiro ou parente consanguíneo até terceiro grau, em razão dessa condição, a pena é aumentada de um a dois terços. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.142, de 6/7/2015](#))

### CAPÍTULO III DA PERICLITAÇÃO DA VIDA E DA SAÚDE

#### **Perigo de contágio venéreo**

Art. 130. Expor alguém, por meio de relações sexuais ou qualquer ato libidinoso, a contágio de moléstia venérea, de que sabe ou deve saber que está contaminado:

Pena - detenção, de três meses a um ano, ou multa.

§ 1º Se é intenção do agente transmitir a moléstia:

Pena - reclusão, de um a quatro anos, e multa.

§ 2º Somente se procede mediante representação.

---



---

### **LEI Nº 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002**

Institui o Código Civil.

#### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

---

### PARTE ESPECIAL

---

### LIVRO IV DO DIREITO DE FAMÍLIA

### TÍTULO I DO DIREITO PESSOAL

---

### CAPÍTULO V DO PODER FAMILIAR

---

#### **Seção III Da Suspensão e Extinção do Poder Familiar**

---

Art. 1.638. Perderá por ato judicial o poder familiar o pai ou a mãe que:

I - castigar imoderadamente o filho;

II - deixar o filho em abandono;

III - praticar atos contrários à moral e aos bons costumes;

IV - incidir, reiteradamente, nas faltas previstas no artigo antecedente;

V - entregar de forma irregular o filho a terceiros para fins de adoção. (*Inciso acrescido pela Lei nº 13.509, de 22/11/2017*)

Parágrafo único. Perderá também por ato judicial o poder familiar aquele que:

I - praticar contra outrem igualmente titular do mesmo poder familiar:

a) homicídio, feminicídio ou lesão corporal de natureza grave ou seguida de morte, quando se tratar de crime doloso envolvendo violência doméstica e familiar ou menosprezo ou discriminação à condição de mulher;

b) estupro ou outro crime contra a dignidade sexual sujeito à pena de reclusão;

II - praticar contra filho, filha ou outro descendente:

a) homicídio, feminicídio ou lesão corporal de natureza grave ou seguida de morte, quando se tratar de crime doloso envolvendo violência doméstica e familiar ou menosprezo ou discriminação à condição de mulher;

b) estupro, estupro de vulnerável ou outro crime contra a dignidade sexual sujeito à pena de reclusão. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.715, de 24/9/2018*)

## TÍTULO II DO DIREITO PATRIMONIAL

### SUBTÍTULO I DO REGIME DE BENS ENTRE OS CÔNJUGES

#### CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1.639. É lícito aos nubentes, antes de celebrado o casamento, estipular, quanto aos seus bens, o que lhes aprouver.

§ 1º O regime de bens entre os cônjuges começa a vigorar desde a data do casamento.

§ 2º É admissível alteração do regime de bens, mediante autorização judicial em pedido motivado de ambos os cônjuges, apurada a procedência das razões invocadas e ressalvados os direitos de terceiros.

.....  
.....

# **PROJETO DE LEI N.º 3.718, DE 2019**

**(Do Sr. Marx Beltrão)**

Altera a redação do § 2º e acrescenta o § 3º ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para determinar que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenham imagem ou figura que ilustre acidente automobilístico real no qual ao menos um dos condutores envolvidos estava sob a influência do álcool.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera a redação do § 2º e acrescenta o § 3º ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para determinar que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenham imagem ou figura que ilustre acidente automobilístico real no qual ao menos um dos condutores envolvidos estava sob a influência do álcool.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, passa a vigorar com a seguinte redação para o seu § 2º e acrescido do seguinte § 3º:

"Art. 4º .....

.....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool", acompanhada de imagem ou figura que ilustre acidente automobilístico real no qual ao menos um dos condutores envolvidos estava sob a influência do álcool, devendo tal imagem ou figura variar no máximo a cada cinco meses.

§ 3º A advertência e a figura ou imagem previstos no § 2º deverão ser adicionados ao rótulo frontal das embalagens de bebidas alcoólicas, em sua parte inferior, de forma legível e ostensivamente destacada, ocupando no mínimo trinta por cento da área total do rótulo." (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

Estudo recentemente publicado pela Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados, de autoria do consultor Frederico de Moura Carneiro, revela que exatas 34.336 pessoas perderam suas vidas em acidentes automobilísticos em 2017 no Brasil. Ainda segundo o estudo, o Sistema Único de Saúde registrou 181.133 internações decorrentes de acidentes de trânsito no País, naquele mesmo ano. Tanto

em número de mortes quanto de internações, a faixa etária mais acometida é a de jovens entre 20 e 29 anos: 22,83% das mortes e 28,15% das internações decorrentes de acidentes de trânsito foram registrados nessa faixa etária.

Temos, portanto, estatísticas a demonstrar que o nosso trânsito é um dos mais violentos do mundo. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), os acidentes automobilísticos geram 23,4 mortes para cada 100 mil habitantes no Brasil, colocando o país no quarto lugar, entre os países americanos, no ranking de letalidade do trânsito. Além disso, também segundo a OMS, as lesões ocorridas nesses acidentes são a principal causa de morte entre crianças e jovens de 5 a 29 anos.

Diversos estudos mostram que essa letalidade observada no trânsito brasileiro está fortemente relacionada ao uso de álcool por motoristas. No artigo “Consumo abusivo de álcool e envolvimento em acidentes de trânsito na população brasileira, 2013”, por exemplo, publicado no periódico Ciência & Saúde Coletiva, uma equipe de pesquisadores da Fundação Oswaldo Cruz revelou que a prevalência de envolvimento em acidente de trânsito foi de 3,1% na população geral e de 6,1% entre os indivíduos que referiram consumo abusivo e frequente de álcool. Após o controle por fatores sociodemográficos, os pesquisadores confirmaram que o consumo abusivo e frequente de álcool manteve associação estatisticamente significativa com a ocorrência de acidentes de trânsito.

Portanto, é um dever do legislador atuar na mitigação de um problema de saúde pública dessa dimensão. Entendemos que campanhas educativas que ajudem a conscientizar a população acerca dos riscos do hábito de beber e dirigir são de suma importância para, em conjunto com diversas outras atuações estatais, combater essa grave situação.

Deste modo, inspirados pelas bem-sucedidas ações de combate ao tabagismo no País, apresentamos o presente projeto de lei. Seu texto estabelece normas similares às já existentes para as embalagens de cigarros. Caso aprovada, nossa proposição obrigará que rótulos de embalagens de bebidas alcoólicas contenham advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool", acompanhada de imagem ou figura que ilustre acidente automobilístico real no qual ao menos um dos condutores envolvidos estava sob a influência do álcool. Tais informações deverão ser adicionadas ao rótulo frontal das bebidas, em sua parte inferior, de forma legível e ostensivamente destacada, ocupando no mínimo trinta por cento da sua área total.

Em conclusão, é com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei que conclamamos o apoio dos nobres Parlamentares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 25 de junho de 2019.

Deputado MARX BELTRÃO

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI N° 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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....

.....

**PROJETO DE LEI N.º 5.417, DE 2019**  
**(Do Sr. Bosco Costa)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para tornar obrigatória a inclusão nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de mensagem de advertência quanto à relação entre o consumo elevado de álcool e a violência doméstica e contra a mulher.

Art. 2º O 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 comercializadas no País, nacionais ou importadas, conterão advertência, ocupando no mínimo dez por cento da superfície dos rótulos, nos seguintes termos: "O consumo excessivo de álcool agrava a violência doméstica e a violência contra a mulher. (NR)"

Art. 3º Esta Lei entra em vigor no prazo de noventa dias, contados de sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

O álcool é a droga lícita mais utilizada no Brasil. Estudos do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (Cebrild) da Unifesp estimam que a substância atinge 74,6% de uso e 12,3% de dependência. Mais grave, porém, é o fato de que as bebidas alcoólicas não apenas estão associadas à violência, especialmente a doméstica e contra a mulher, como também favorecem o seu prolongamento.

A Política Nacional sobre o Álcool, aprovada pelo Decreto nº 6.117, de 22/05/07, reconhece a importância das campanhas de comunicação permanente na luta contra o abuso do álcool e sua relação com a violência. O Anexo II do Decreto, intitulado "Conjunto de medidas para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira", abriga, em seu Subitem 4.1, a diretriz de:

*"Apoiar o desenvolvimento de campanha de comunicação permanente, utilizando diferentes meios de comunicação, como, mídia eletrônica, impressa, cinematográfico, radiofônico e televisivo nos eixos temáticos sobre álcool e trânsito, venda de álcool para menores, álcool e violência doméstica, álcool e agravos da saúde, álcool e homicídio e álcool e acidentes".*

A nosso ver, a existência de mensagens de advertência nos rótulos de produtos contendo substâncias potencialmente nocivas é uma aplicação eficaz de comunicação permanente sobre os riscos à saúde e à vida decorrentes do consumo desregrado destas substâncias. No caso específico do consumo de álcool, a legislação vigente já contempla a obrigatoriedade de advertência nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas. De fato, nos termos do § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15/07/96, eles devem conter a seguinte mensagem: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Conquanto se trate de medida meritória, cremos que a gravidade do panorama nacional da violência doméstica e da violência contra a mulher recomenda providência mais enfática. Assim, propomos que a mensagem de advertência nos rótulos das embalagens das bebidas alcoólicas passe a conter referência explícita sobre o efeito do álcool no agravamento dessas modalidades específicas de violência. Além disso, para garantir maior eficácia, estipulamos que essa mensagem ocupe, no mínimo, dez por cento da superfície dos rótulos em que for inscrita.

Em nossa opinião, esta iniciativa, se concretizada, poderá contribuir para o enfrentamento dessa chaga que infesta nossa sociedade.

Por todos estes motivos, contamos com o apoio de nossos Pares congressistas para a aprovação desta proposta.

Sala das Sessões, em 8 de outubro de 2019.

Deputado BOSCO COSTA

#### **LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

#### **LEI N° 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.

#### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

## **DECRETO N° 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007**

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea "a", da Constituição,

### **DECRETA:**

Art. 1º Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2º A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

Art. 3º Os órgãos e entidades da administração pública federal deverão considerar em seus planejamentos as ações de governo para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

Art. 4º A Secretaria Nacional Antidrogas articulará e coordenará a implementação da Política Nacional sobre o Álcool.

Art. 5º Este Decreto entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 22 de maio de 2007; 186º da Independência e 119º da República.

**LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA**

Tarso Genro

Fernando Haddad

Márcia Bassit Lameiro da Costa Mazzoli

Marcio Fortes de Almeida

Jorge Armando Felix

### **ANEXO II**

Conjunto de medidas para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira

**1. Referente ao diagnóstico sobre o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil:**

1.1. Publicar os dados do I Levantamento Nacional sobre os Padrões de Consumo do Álcool na População Brasileira, observando o recorte por gênero e especificando dados sobre a população jovem e a população indígena;

1.2. Apoiar pesquisa nacional sobre o consumo de álcool, medicamentos e outras drogas e sua associação com acidentes de trânsito entre motoristas particulares e profissionais de transporte de cargas e de seres humanos.

**2. Referente à propaganda de bebidas alcoólicas:**

2.1. Incentivar a regulamentação, o monitoramento e a fiscalização da propaganda e publicidade de bebidas alcoólicas, de modo a proteger segmentos populacionais vulneráveis à estimulação para o consumo de álcool;

**3. Referente ao tratamento e à reinserção social de usuários e dependentes de álcool:**

3.1. Ampliar o acesso ao tratamento para usuários e dependentes de álcool aos serviços do Sistema Único de Saúde (SUS);

3.2. Articular, com a rede pública de saúde, os recursos comunitários não governamentais que se ocupam do tratamento e da reinserção social dos usuários e dependentes de álcool.

**4. Referente à realização de campanhas de informação, sensibilização e mobilização da opinião pública quanto às consequências do uso indevido e do abuso de bebidas alcoólicas:**

4.1. Apoiar o desenvolvimento de campanha de comunicação permanente, utilizando diferentes meios de comunicação, como, mídia eletrônica, impressa, cinematográfico, radiofônico e televisivo nos eixos temáticos sobre álcool e trânsito, venda de álcool para menores, álcool e violência doméstica, álcool e agravos da saúde, álcool e homicídio e álcool e acidentes.

**5. Referente à redução da demanda de álcool por populações vulneráveis:**

5.1. Intensificar a fiscalização quanto ao cumprimento do disposto nos arts. 79, 81, incisos II e III, e 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente;

5.2. Intensificar a fiscalização e incentivar a aplicação de medidas proibitivas sobre venda e consumo de bebidas alcoólicas nos campos universitários;

5.3. Implementar o "Projeto de Prevenção do Uso de Álcool entre as Populações Indígenas", visando à capacitação de agentes de saúde e de educação, assim como das lideranças das comunidades indígenas, para a articulação e o fortalecimento das redes de assistência existentes nas comunidades e nos municípios vizinhos;

5.4. Articular a elaboração e implantação de um programa de prevenção ao uso de álcool dirigido à população dos assentamentos para a reforma agrária, bem como o acesso desta população aos recursos de tratamentos existentes na rede pública e comunitária.

**6. Referente à segurança pública:**

6.1. Estabelecer regras para destinação de recursos do Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP) e do Fundo Nacional Antidrogas (FUNAD) para os Municípios que aderirem a critérios pré-definidos pelo CONAD para o desenvolvimento de ações que visem reduzir a violência e a criminalidade associadas ao consumo prejudicial do álcool.

**7. Referente à associação álcool e trânsito:**

7.1. Difundir a alteração promovida no Código de Trânsito Brasileiro pela Lei nº 11.275, de 7 de fevereiro de 2006, quanto à comprovação de estado de embriaguez;

7.2. Recomendar a inclusão no curso de reciclagem previsto no artigo 268 do Código de Trânsito Brasileiro, de conteúdo referente às técnicas de intervenção breve para usuários de

álcool;

7.3. Recomendar a revisão dos conteúdos sobre uso de álcool e trânsito nos cursos de formação de condutores e para a renovação da carteira de habilitação;

7.4. Recomendar a inclusão do tema álcool e trânsito na grade curricular da Escola Pública de Trânsito;

7.5. Elaborar medidas para a proibição da venda de bebidas alcoólicas nas faixas de domínio das rodovias federais.

8. Referente à capacitação de profissionais e agentes multiplicadores de informações sobre temas relacionados à saúde, educação, trabalho e segurança pública:

8.1. Articular a realização de curso de capacitação em intervenção breve para profissionais da rede básica de saúde;

8.2. Articular a realização de curso de prevenção do uso do álcool para educadores da rede pública de ensino;

8.3. Articular a realização de curso de capacitação para profissionais de segurança de pública;

8.4. Articular a realização de curso de capacitação para conselheiros tutelares, dos direitos da criança e do adolescente, de saúde, educação, antidrogas, assistência social e segurança comunitária;

8.5. Articular a realização de curso de capacitação para profissionais de trânsito;

8.6. Articular a realização de curso de capacitação em prevenção do uso do álcool no ambiente de trabalho.

9. Referente ao estabelecimento de parceria com os municípios para a recomendação de ações municipais:

9.1. Apoiar a fiscalização dos estabelecimentos destinados à diversão e lazer, especialmente para o público jovem no que se refere à proibição de mecanismos de indução ao consumo de álcool:

9.1.1. Incentivar medidas de proibição para a consumação mínima, promoção e degustação de bebidas alcoólicas;

9.1.2. Incentivar medidas de regulamentação para horário de funcionamento de estabelecimentos comerciais onde haja consumo de bebidas alcoólicas;

9.2 Apoiar os Municípios na implementação de medidas de proibição da venda de bebidas alcoólicas em postos de gasolina;

9.3 Incentivar o estabelecimento de parcerias com sindicatos, associações profissionais e comerciais para a adoção de medidas de redução dos riscos e danos associados ao uso indevido e ao abuso de bebidas alcoólicas:

9.3.1. Incentivar a capacitação de garçons quanto à proibição da venda de bebidas para menores e pessoas com sintomas de embriaguez;

9.3.2. Estimular o fornecimento gratuito de água potável nos estabelecimentos que vendem bebidas alcoólicas;

9.4. Promover e facilitar o acesso da população a alternativas culturais e de lazer que possam constituir escolhas naturais e alternativas para afastar o público jovem do consumo do álcool.

# **PROJETO DE LEI N.º 217, DE 2020**

**(Do Sr. José Guimarães)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-5417/2019.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para tornar obrigatória a inclusão nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de mensagem de advertência quanto à relação entre o consumo elevado de álcool e a violência doméstica e contra a mulher.

Art. 2º O 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 comercializadas no País, nacionais ou importadas, conterão advertência, ocupando no mínimo dez por cento da superfície dos rótulos, nos seguintes termos: "O consumo excessivo de álcool é uma doença que agrava a violência contra a mulher, concorrendo para o feminicídio (NR)"

Art. 3º Esta Lei entra em vigor no prazo de noventa dias, contados de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

O álcool é a droga lícita mais utilizada no Brasil. Provoca o alcoolismo que é uma doença grave passível de ser causa indireta de crimes e acidentes graves.

É fato comprovado, por exemplo, que as bebidas alcoólicas estão associadas à violência, especialmente a doméstica e contra a mulher, inclusive incentivando indiretamente o feminicídio.

A Política Nacional sobre o Álcool, aprovada pelo Decreto nº 6.117, de 22/05/07, reconhece a importância das campanhas de comunicação permanente na luta contra o abuso do álcool e no que concerne à sua correlação com a violência em geral.

O Anexo II do Decreto, intitulado “*Conjunto de medidas para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira*”, abriga, em seu Subitem 4.1, a diretriz de:

“Apoiar o desenvolvimento de campanha de comunicação permanente, utilizando diferentes meios de comunicação, como, mídia eletrônica, impressa, cinematográfico, radiofônico e televisivo nos eixos temáticos sobre álcool e trânsito, venda de álcool para menores, álcool e violência doméstica, álcool e agravos da saúde, álcool e homicídio e álcool e acidentes”.

É, portanto, nosso sentir que a existência de mensagens de advertência nos rótulos de produtos contendo substâncias considerados lícitas, mas potencialmente nocivas à saúde e que provocam dependência, constitui uma aplicação eficaz de comunicação permanente sobre os riscos à vida que decorrem do alcoolismo que, de resto, é um problema de saúde pública que requer programas e projetos governamentais constantes, tanto de caráter preventivo, quanto visando à recuperação de alcoólatras.

No que concerne especificamente ao consumo de álcool, a legislação vigente já contempla a obrigatoriedade de advertência nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas. De fato, nos termos do § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15/07/96, eles devem conter a seguinte mensagem: “*Evite o Consumo Excessivo de Álcool*”.

Conquanto se trate de medida meritória, cremos que a gravidade do panorama nacional da violência doméstica e da violência contra a mulher recomenda providência mais enfática.

Dessa forma, sugere-se que sejam incluídas mensagens de advertência nos rótulos das embalagens das bebidas alcoólicas de forma a que contenham referência explícita sobre o efeito do álcool no agravamento dessas modalidades de violência, inclusive agravamento das características do machismo e consequente aumento nos índices de feminicídio.

Além disso, para garantir maior eficácia, estipulamos que essa mensagem ocupe, no mínimo, dez por cento da superfície dos rótulos das bebidas alcoólicas, ou que seja nelas incluído adesivo adicional ao rótulo de tamanho

equivalente a dez por cento da superfície ocupada pelo rótulo.

Esta iniciativa vem a se somar àquelas já existentes e em tramitação nesta Casa, com o fito de acrescentar mais uma gotícula de água para o combate ao incêndio de tão grave chaga social: o consumo irrefreado do álcool é um de seus estopins não só de acidentes de todo o tipo, como da criminalidade em geral.

Conto, nesse aspecto, com o apoio e as contribuições dos Colegas Parlamentares.

Sala das Sessões, em 11 de fevereiro de 2020.

Deputado JOSÉ GUIMARÃES

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

---

## **DECRETO N° 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007**

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea "a", da Constituição,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2º A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

Art. 3º Os órgãos e entidades da administração pública federal deverão considerar em seus planejamentos as ações de governo para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

Art. 4º A Secretaria Nacional Antidrogas articulará e coordenará a implementação da Política Nacional sobre o Álcool.

Art. 5º Este Decreto entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 22 de maio de 2007; 186º da Independência e 119º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Tarso Genro

Fernando Haddad

Márcia Bassit Lameiro da Costa Mazzoli

Marcio Fortes de Almeida

Jorge Armando Felix

---

## **ANEXO II**

**Conjunto de medidas para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira**

1. Referente ao diagnóstico sobre o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil:

1.1. Publicar os dados do I Levantamento Nacional sobre os Padrões de Consumo do Álcool na População Brasileira, observando o recorte por gênero e especificando dados sobre a população jovem e a população indígena;

1.2. Apoiar pesquisa nacional sobre o consumo de álcool, medicamentos e outras drogas e sua associação com acidentes de trânsito entre motoristas particulares e profissionais de transporte de cargas e de seres humanos.

2. Referente à propaganda de bebidas alcoólicas:

2.1. Incentivar a regulamentação, o monitoramento e a fiscalização da propaganda e publicidade de bebidas alcoólicas, de modo a proteger segmentos populacionais vulneráveis à estimulação para o consumo de álcool;

3. Referente ao tratamento e à reinserção social de usuários e dependentes de álcool:

3.1. Ampliar o acesso ao tratamento para usuários e dependentes de álcool aos serviços do Sistema Único de Saúde (SUS);

3.2. Articular, com a rede pública de saúde, os recursos comunitários não governamentais que se ocupam do tratamento e da reinserção social dos usuários e dependentes de álcool.

4. Referente à realização de campanhas de informação, sensibilização e mobilização da opinião pública quanto às consequências do uso indevido e do abuso de bebidas alcoólicas:

4.1. Apoiar o desenvolvimento de campanha de comunicação permanente, utilizando diferentes meios de comunicação, como, mídia eletrônica, impressa, cinematográfico, radiofônico e televisivo nos eixos temáticos sobre álcool e trânsito, venda de álcool para menores, álcool e violência doméstica, álcool e agravos da saúde, álcool e homicídio e álcool e acidentes.

5. Referente à redução da demanda de álcool por populações vulneráveis:

5.1. Intensificar a fiscalização quanto ao cumprimento do disposto nos arts. 79, 81, incisos II e III, e 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente;

5.2. Intensificar a fiscalização e incentivar a aplicação de medidas proibitivas sobre venda e consumo de bebidas alcoólicas nos campos universitários;

5.3. Implementar o "Projeto de Prevenção do Uso de Álcool entre as Populações Indígenas", visando à capacitação de agentes de saúde e de educação, assim como das lideranças

das comunidades indígenas, para a articulação e o fortalecimento das redes de assistência existentes nas comunidades e nos municípios vizinhos;

5.4. Articular a elaboração e implantação de um programa de prevenção ao uso de álcool dirigido à população dos assentamentos para a reforma agrária, bem como o acesso desta população aos recursos de tratamentos existentes na rede pública e comunitária.

6. Referente à segurança pública:

6.1. Estabelecer regras para destinação de recursos do Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP) e do Fundo Nacional Antidrogas (FUNAD) para os Municípios que aderirem a critérios pré-definidos pelo CONAD para o desenvolvimento de ações que visem reduzir a violência e a criminalidade associadas ao consumo prejudicial do álcool.

7. Referente à associação álcool e trânsito:

7.1. Difundir a alteração promovida no Código de Trânsito Brasileiro pela Lei nº 11.275, de 7 de fevereiro de 2006, quanto à comprovação de estado de embriaguez;

7.2. Recomendar a inclusão no curso de reciclagem previsto no artigo 268 do Código de Trânsito Brasileiro, de conteúdo referente às técnicas de intervenção breve para usuários de álcool;

7.3. Recomendar a revisão dos conteúdos sobre uso de álcool e trânsito nos cursos de formação de condutores e para a renovação da carteira de habilitação;

7.4. Recomendar a inclusão do tema álcool e trânsito na grade curricular da Escola Pública de Trânsito;

7.5. Elaborar medidas para a proibição da venda de bebidas alcoólicas nas faixas de domínio das rodovias federais.

8. Referente à capacitação de profissionais e agentes multiplicadores de informações sobre temas relacionados à saúde, educação, trabalho e segurança pública:

8.1. Articular a realização de curso de capacitação em intervenção breve para profissionais da rede básica de saúde;

8.2. Articular a realização de curso de prevenção do uso do álcool para educadores da rede pública de ensino;

8.3. Articular a realização de curso de capacitação para profissionais de segurança de pública;

8.4. Articular a realização de curso de capacitação para conselheiros tutelares, dos direitos da criança e do adolescente, de saúde, educação, antidrogas, assistência social e segurança comunitária;

8.5. Articular a realização de curso de capacitação para profissionais de trânsito;

8.6. Articular a realização de curso de capacitação em prevenção do uso do álcool no ambiente de trabalho.

9. Referente ao estabelecimento de parceria com os municípios para a recomendação de ações municipais:

9.1. Apoiar a fiscalização dos estabelecimentos destinados à diversão e lazer, especialmente para o público jovem no que se refere à proibição de mecanismos de indução ao consumo de álcool;

9.1.1. Incentivar medidas de proibição para a consumação mínima, promoção e degustação de bebidas alcoólicas;

9.1.2. Incentivar medidas de regulamentação para horário de funcionamento de estabelecimentos comerciais onde haja consumo de bebidas alcoólicas;

9.2 Apoiar os Municípios na implementação de medidas de proibição da venda de bebidas alcoólicas em postos de gasolina;

9.3 Incentivar o estabelecimento de parcerias com sindicatos, associações profissionais e comerciais para a adoção de medidas de redução dos riscos e danos associados ao uso indevido e ao abuso de bebidas alcoólicas:

9.3.1. Incentivar a capacitação de garçons quanto à proibição da venda de bebidas para menores e pessoas com sintomas de embriaguez;

9.3.2. Estimular o fornecimento gratuito de água potável nos estabelecimentos que vendem bebidas alcoólicas;

9.4. Promover e facilitar o acesso da população a alternativas culturais e de lazer que possam constituir escolhas naturais e alternativas para afastar o público jovem do consumo do álcool.

## **PROJETO DE LEI N.º 4.259, DE 2020**

**(Do Sr. Paulo Bengtson)**

Institui o Sistema de prevenção à Síndrome Alcoólica Fetal (SAF), bem como dispõe sobre a obrigatoriedade de advertência dos riscos relacionados ao consumo de bebida alcoólicas durante a gravidez e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-8139/2017.

O Congresso Nacional decreta:

**Art. 1º** Esta Lei institui o Sistema de Prevenção à Síndrome Alcoólica Fetal (SAF), bem como dispõe sobre a obrigatoriedade de advertência dos riscos relacionados ao consumo de bebida alcoólica durante a gravidez e dá outras providências

**Art. 2º** - Fica instituído o Sistema de Prevenção à Síndrome Alcoólica Fetal – SAF.

**§ 1º** Caberá ao Ministério da Saúde promover campanhas de conscientização alertando sobre os riscos de desenvolvimento da Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) em razão do consumo de bebidas alcoólicas durante a gravidez, bem como programas de acompanhamento psicológico para as gestantes consumidoras de bebidas alcoólicas.

**§ 2º** Deverão ser afixadas nas maternidades públicas e privadas as campanhas de conscientização promovidas pelo Ministério da Saúde.

**§ 3º** As despesas relacionadas ao sistema previsto no *caput* correrão por meio das dotações orçamentárias próprias consignadas no orçamento, suplementadas se necessário.

**Art. 3º** Nos rótulos de embalagem e de cada unidade de bebida alcoólica comercializada no território nacional deverão constar obrigatoriamente mensagem advertindo sobre os riscos de desenvolvimento da Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) em caso de consumo de álcool durante a gravidez.

**§ 1º** A advertência mencionada no *caput* deverá constar também no material publicitário de bebidas alcoólicas.

**§ 2º** As frases de advertência deverão ser estabelecidas pelo Ministério da Saúde, levando em consideração todos os impactos da substância no desenvolvimento do feto.

**Art. 4º** Na parte interna dos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que o consumo de álcool por mulheres grávidas, em qualquer fase gestacional, pode

causar a Síndrome Alcoólica Fetal – SAF.

**Art. 5º** O descumprimento do disposto nesta Lei ensejará a aplicação de multa de 500 (quinhentas) Unidades Fiscais de Referência - UFIR's até 10.000 (dez mil) Unidades Fiscais de Referência - UFIR's, sem prejuízo das sanções previstas na legislação de responsabilidade civil e criminal e pela Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor).

**Art. 6º** O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias de sua publicação.

**Art. 7º** Esta Lei entrará em vigor no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

Pode não ser de conhecimento de vários futuros pais que a ingestão de bebida alcoólica pela mãe durante a gravidez, independentemente da quantidade ou do momento gestacional, pode acarretar no desenvolvimento da Síndrome Alcólica Fetal (SAF).

A SAF é uma doença sem cura que atinge milhares de bebês por conta do consumo de álcool pela mulher durante a gravidez e durante o período preconcepção, que pode provocar desde disfunções mais sutis até o quadro completo da SAF, passando por aborto, parto prematuro e várias de deficiências físicas, comportamentais, cognitivas, sociais e motoras.

De acordo com estudos, os efeitos negativos do álcool são mais frequentes no cérebro e no coração do feto. E, apesar da síndrome não ter cura, ela pode ser totalmente evitada, porquanto, de acordo com especialistas, a prevenção está baseada na abstinência total de consumo de álcool pela gestante.

Considerando que atualmente a Síndrome Alcoólica Fetal é uma das principais causas evitáveis de atraso mental e de anomalias congênitas não hereditárias, representando, assim, um grande problema de saúde pública, entendemos ser necessária a criação de um sistema de prevenção à SAF, para que sejam elaboradas

campanhas que divulguem amplamente os riscos do consumo do álcool pelas gestantes.

O foco principal é conscientizar e informar a população sobre os malefícios da exposição pré-natal a qualquer tipo e quantidade de bebida alcoólica, em qualquer momento da gestação.

Assim, preservamos a saúde do nascituro, que é nosso objetivo principal, e podemos diminuir os custos para o sistema de saúde e para as famílias que terão que arcar com vários tratamentos que, repita-se, irão apenas minimizar os danos da doença, por ser uma síndrome incurável.

Além disso, levando em conta que não há, até o presente momento, qualquer estudo que estabeleça limite seguro de consumo de álcool durante a gravidez, compreendemos que devemos adotar todas as medidas possíveis para alertar a grávida sobre o risco para o seu filho caso haja o consumo de bebidas alcoólicas.

E, nesse sentido, propomos a obrigatoriedade de que se conste nos rótulos das embalagens das bebidas alcoólicas e na parte interna dos estabelecimentos que comercializam esse produto a advertência dos riscos graves do consumo de álcool por mulheres grávidas, em razão da alta probabilidade do feto desenvolver a SAF.

Tendo em vista que a causa e as consequências da Síndrome Alcoólica Fetal são conhecidas e totalmente evitáveis e que se trata de doença sem cura, temos a obrigação de buscar todos meios que colaborem na prevenção da SAF, seja com ações de conscientização, seja pela informação ostensiva.

Do exposto, conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação dessa proposta.

Sala das Sessões, em de de 2020.

**Deputado Paulo Bengtson**

**PTB/PA**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

**Seção de Legislação Citada - SELEC**

**LEI N° 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

**CAPÍTULO I  
DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....  
.....

**PROJETO DE LEI N.º 4.601, DE 2020  
(Do Sr. Ney Leprevost)**

Institui "Dia Nacional da Prevenção e Conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal", a ser celebrado anualmente no dia 09 de setembro.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-4259/2020.



# CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.<sup>º</sup> /2020

Institui "Dia Nacional da Prevenção e Conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal", a ser celebrado anualmente no dia 09 de setembro.

**Art. 1º** Fica instituído o "Dia Nacional da Prevenção e Conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal", a ser celebrado anualmente no dia 09 de setembro.

**Art. 2º** O Poder Executivo poderá firmar convênios e parcerias com entidades sem fins lucrativos e instituições que tratam do tema, a fim de promover em grande escala a prevenção e conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal.

**Art. 3º** Esta data tem por objetivo:

I – A realização de eventos, campanhas e atividades de prevenção e conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal.

II – A conscientização sobre o risco de ingestão de álcool durante a gestação;

III – A divulgação de informações sobre os tratamentos ofertados na rede pública de saúde.

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

Curitiba, 24 de agosto de 2020.

**NEY LEPREVOST**  
Deputado Federal/PSD

---

**CÂMARA DOS DEPUTADOS - PALÁCIO DO CONGRESSO NACIONAL**

Praça dos Três Poderes Brasília/DF - CEP 70160-90 - Gabinete nº 221  
(61) 3215-5221 – dep.neyleprevost@camara.leg.br



\* c d 2 0 5 2 5 2 7 2 2 0 0 \*



# CÂMARA DOS DEPUTADOS

## JUSTIFICATIVA

A Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) é o conjunto de sinais e sintomas apresentados pelo feto e no recém-nascido, em decorrência do consumo de álcool pela futura mãe, no período pré-concepcional (ao menos três meses antes da gravidez) e durante o período gestacional. Dentre os sinais dismórficos encontram-se o déficit de crescimento desde a vida intrauterina, alterações faciais e atraso no desenvolvimento neuropsicomotor.

Atualmente é considerada a maior causa de déficit intelectual prevenível, no mundo. A etiologia da Síndrome Alcoólica Fetal é em decorrência do consumo de álcool pela futura mãe, antes e durante a gestação. A quantidade mínima de ingesta de álcool que resulta na Síndrome Alcoólica Fetal, ainda não foi definida, porém, há consenso de que o nível de tolerância é zero.

O grau de comprometimento dos recém-nascidos, depende não só da quantidade consumida pela mãe, mas também, em qual período da embriogênese houve este consumo. Além dos sinais de déficit de crescimento, desde a vida intrauterina, características faciais, chama a atenção o atraso no desenvolvimento neuropsicomotor e neurocomportamentais, além da deficiência intelectual. As alterações faciais mais comuns são:

- Fissuras palpebrais pequenas;
- Fácie plana;
- Nariz curto;
- Filtro nasal longo e hipoplásico;
- Lábio superior fino.

A criança com a Síndrome Alcoólica Fetal pode apresentar também os seguintes sinais:

- Baixo peso ao nascer;
- Baixo ganho de peso;



---

## CÂMARA DOS DEPUTADOS - PALÁCIO DO CONGRESSO NACIONAL

Praça dos Três Poderes Brasília/DF - CEP 70160-90 - Gabinete nº 221  
(61) 3215-5221 – dep.neyleprevost@camara.leg.br



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

- Microcefalia (perímetro céfálico diminuído)
- Dificuldade de aprendizagem, linguagem, memória e atenção;
- QI (quociente intelectual) baixo;
- Alterações na visão e audição;
- Dificuldades de socialização;
- Dificuldades de socialização;
- Distúrbios comportamentais;
- Atraso de desenvolvimento cognitivo;
- Alterações neurológicas como convulsões;

Segundo a OMS, a cada ano, 12.000 recém-nascidos no mundo apresentam a Síndrome Alcoólica Fetal. Alguns sinais e sintomas podem não serem óbvios até que a criança complete uma idade entre 3 a 4 anos. Segundo o Ministério da Saúde, a prevalência da Síndrome Alcoólica Fetal no Brasil já foi estimada em 1 a cada 1.000 nascidos vivos, índice menor que o registrado em termos mundiais (3 a cada mil).

Em nota, o Ministério da Saúde reconhece, no entanto, que a estimativa nacional pode estar subestimada. O "Dia Mundial da Conscientização e Prevenção da Síndrome Alcoólica Fetal" é celebrado anualmente no dia 9 de setembro. Assim, instituir o Dia de Conscientização e Prevenção da Síndrome Alcoólica Fetal no Estado do Paraná é mais uma ação no combate aos malefícios causados pelo uso abusivo de bebidas alcoólicas.

Diante da importância e relevância do tema, pedimos e contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Fonte: [https://www.scielo.br/pdf/eins/v8n3/pt\\_1679-4508-eins-8-3-0368.pdf](https://www.scielo.br/pdf/eins/v8n3/pt_1679-4508-eins-8-3-0368.pdf).

---

## CÂMARA DOS DEPUTADOS - PALÁCIO DO CONGRESSO NACIONAL

Praça dos Três Poderes Brasília/DF - CEP 70160-90 - Gabinete nº 221  
(61) 3215-5221 – dep.neyleprevost@camara.leg.br



\* c d 2 0 5 2 7 2 2 0 0 0 \*

# PROJETO DE LEI N.º 5.328, DE 2020

(Do Sr. Severino Pessoa)

Altera a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, para disciplinar os termos de advertência em rótulos de embalagens de bebidas alcoólicas

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta lei altera a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que “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”, para disciplinar os termos de advertência em rótulos de embalagens de bebidas alcoólicas.

Art. 2º. O §3º do art. 3º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação;

“Art. 3º.....  
.....

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígeros e as embalagens de bebidas alcoólicas, exceto os destinados à exportação, bem como o material de propaganda referido no **caput** deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

.....”(NR)

Art. 3º. Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após a data de sua publicação oficial.

## JUSTIFICAÇÃO

Não é surpresa a constatação de que os malefícios advindos do abuso de bebidas alcoólicas vêm crescendo em nossa sociedade nos dias atuais, principalmente na situação de pandemia e confinamento. A violência interpessoal, doméstica ou no trânsito, divulgada incessantemente pela mídia, tem no álcool um

impulsionador e reflete a expansão do consumo abusivo.

Observamos que a Lei 9.294, de 1996, restringe-se a determinar, no § 3º do art. 4º, que embalagens de produtos alcoólicos ostentem a frase “evite o consumo excessivo de álcool”. Ao mesmo tempo, estabelece que a propaganda de bebidas alcoólicas deve informar sobre os malefícios das bebidas alcoólicas, “segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa”. Esse padrão de propaganda foi adotado para as embalagens de cigarros, no § 4º do art. 3º em vigor, mas não para bebidas alcoólicas.

Diante disso, nada parece mais lógico do que associar as exigências de mensagens mais contundentes e específicas a respeito dos perigos do abuso do álcool também nas embalagens das bebidas, em moldes idênticos aos preconizados para o fumo, ou seja, dizeres estabelecidos pelo Ministério da Saúde, da forma em que se der a regulamentação pelas autoridades sanitárias.

Temos a convicção de que nossa iniciativa contribuirá de maneira simples para a conscientização das pessoas para evitar o abuso do álcool. Dessa forma, pedimos o apoio dos ilustres Pares para que a alteração que propomos venha a ser incorporada brevemente na legislação brasileira.

Sala das Sessões, em 02 de dezembro de 2020.

Deputado SEVERINO PESSOA

#### **LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

#### **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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde

que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais;

(*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (*Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001*)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 7º (*VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (*Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

I - a venda por via postal; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (*Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000*)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; ([Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#) e [com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

IX - a venda a menores de dezoito anos. ([Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. ([Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. ([Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000](#))

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e  
VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. ([Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003](#))

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 5.350, DE 2020**

**(Do Sr. Márcio Marinho)**

Altera a Lei nº 9.264, de 15 de julho de 1996, que 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, para tornar obrigatória a inclusão da advertência "Se beber, não dirija" nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, bem como a inclusão de imagens que ilustrem o sentido da mensagem.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.264, de 15 de julho de 1996, que 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, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 4º .....

.....  
 § 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão as seguintes advertências, de forma legível e ostensivamente destacada:

I - "Evite o Consumo Excessivo de Álcool."

II – “Se beber, não dirija.”

§3º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem contida no inciso II do §2º.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Sabe-se que o consumo de bebida alcoólica afeta a capacidade de percepção de situações de perigo, de avaliação do risco e da ação precisa e rápida. A presença de álcool no organismo prejudica a atenção, a visão e ainda pode levar o condutor a se sentir confiante para ignorar limites de velocidade e demais sinalizações, realizando manobras perigosas.

Infelizmente, não obstante a proibição de direção sob a influência de álcool, constituindo infração gravíssima de acordo com o art. 165 do Código de Trânsito, muitos cidadãos ainda insistem em dirigir após o consumo de álcool. De acordo com pesquisa realizada em todas as capitais do País pelo Ministério da Saúde<sup>16</sup>, 6,7% da população adulta admitiu conduzir veículo motorizado após o consumo de bebida alcoólica.

No Brasil, segundo dados do Sistema de Informações de Mortalidade (SIM)<sup>17</sup>, cerca de cento e oitenta mil das internações registradas no Sistema Único de Saúde (SUS) anualmente decorrem de acidentes de trânsito, sendo que trinta mil pessoas morrem por ano pelo mesmo motivo.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) aponta que as lesões causadas pelo trânsito são hoje as principais causas de morte de crianças e jovens entre 5 e 29 anos no mundo. Em seu relatório<sup>18</sup>, a OMS indica que nos locais onde houve progresso, teve papel decisivo a liderança forte em torno da legislação sobre

<sup>16</sup> <http://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/43235-transito-consumo-de-alcool-aumenta-entre-brasileiros-que-dirigem>

<sup>17</sup> Idem.

<sup>18</sup> <https://nacoesunidas.org/milhares-se-manifestam-no-mundo-em-favor-da-seguranca-no-transito/>

os principais fatores de risco dos acidentes de trânsito, tais como excesso de velocidade e consumo de bebida alcoólica antes de dirigir.

Por isso, certos da importância da legislação para a redução do número de acidentes e de mortes causados pela direção sob efeito de álcool, apresentamos esta proposição, a fim de tornar obrigatória a advertência “Se beber, não dirija” nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, de forma legível e ostensivamente destacada, assim como a inclusão de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

Seguindo o exemplo de sucesso da política contra o consumo de tabaco, a inclusão de imagem no rótulo permite uma comunicação mais direta com os consumidores a respeito dos riscos da direção de veículo após o consumo de bebida alcoólica.

Por todo o exposto, solicitamos aos nobres pares o apoio necessário à aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020.

Deputado MÁRCIO MARINHO

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA</b>
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 9.264, DE 7 DE FEVEREIRO DE 1996**

Dispõe sobre o desmembramento e a reorganização da Carreira Policial Civil do Distrito Federal, fixa remuneração de seus cargos e dá outras providências.

#### **O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º A Carreira Policial Civil do Distrito Federal, criada pelo Decreto-lei nº

2.266, de 12 de março de 1985, fica desmembrada em Carreira de Delegado de Polícia do Distrito Federal e Carreira de Polícia Civil do Distrito Federal.

Art. 2º A Carreira de Delegado de Polícia do Distrito Federal, de natureza jurídica e policial, é constituída do cargo de Delegado de Polícia. ([Artigo com redação dada pela Lei nº 13.047, de 2/12/2014](#))

Art. 3º A Carreira de Polícia Civil do Distrito Federal é de nível superior e compõe-se dos cargos de Perito Criminal, Perito Médico-Legista, Agente de Polícia, Escrivão de Polícia, Papiloscopista Policial e Agente Policial de Custódia. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 13.197, de 1/12/2015](#))

Parágrafo único. O ingresso na Carreira referida no *caput* deste artigo ocorrerá sempre na terceira classe, mediante concurso público de provas ou de provas e títulos, exigido o nível superior completo, em nível de graduação, e observados os requisitos fixados na legislação pertinente. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.197, de 1/12/2015](#))

Art. 3º-A. Os servidores ocupantes dos cargos de Agente Policial de Custódia passam a ter lotação e exercício nas unidades que compõem a estrutura orgânica da Polícia Civil do Distrito Federal, mediante designação de seu Diretor-Geral.

§ 1º Para os fins do disposto no *caput*, a apresentação dos servidores ao Diretor-Geral da Polícia Civil do Distrito Federal deverá ocorrer no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contado da data de publicação desta Lei.

§ 2º As atividades dos servidores ocupantes dos cargos de Agente Policial de Custódia, no âmbito da Polícia Civil do Distrito Federal, deverão estar relacionadas às atribuições daquele cargo público.

§ 3º No caso de servidores afastados ou licenciados, no momento da publicação desta Lei, por período superior ao estabelecido no § 1º, as lotações serão alteradas automaticamente pela unidade administrativa competente.

§ 4º O servidor de que trata o § 3º deverá, no momento de seu retorno à atividade, apresentar-se ao Diretor-Geral da Polícia Civil do Distrito Federal. ([Artigo acrescido pela Lei nº 13.064, de 30/12/2014](#))

Art. 4º As atuais classes dos cargos de que trata esta Lei ficam transformadas nas seguintes: segunda classe, primeira classe e classe especial, na forma dos Anexos I e II.

Art. 5º O ingresso nos cargos das carreiras de que trata esta Lei dar-se-á sempre na 3ª (terceira) classe, mediante concurso público, exigido curso superior completo, observados os requisitos previstos na legislação pertinente. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 11.134, de 15/7/2005](#))

§ 1º O ingresso na Carreira de Delegado de Polícia do Distrito Federal dar-se-á mediante concurso público de provas e títulos, com a participação da Ordem dos Advogados do Brasil, exigindo-se diploma de Bacharel em Direito e, no mínimo, 3 (três) anos de atividade jurídica ou policial, comprovados no ato da posse. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 11.134, de 15/7/2005 e com redação dada pela Lei nº 13.047, de 2/12/2014](#))

§ 2º Será exigido para o ingresso na Carreira de Perito Criminal da Polícia Civil do Distrito Federal o diploma de Física, Química, Ciências Biológicas, Ciências Contábeis, Ciência da Computação, Informática, Geologia, Odontologia, Farmácia, Bioquímica, Mineralogia ou Engenharia. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 11.134, de 15/7/2005](#))

§ 3º Será exigido para o ingresso na Carreira de Perito Médico-Legista da Polícia Civil do Distrito Federal o diploma de Medicina. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 11.134, de 15/7/2005](#))

§ 4º O Poder Executivo disporá, em regulamento, quanto aos requisitos e condições de progressão nos cargos das carreiras. (*Parágrafo único transformado em § 4º pela Lei nº 11.134, de 15/7/2005*)

---

## LEI Nº 9.503, DE 23 DE SETEMBRO DE 1997

Institui o Código de Trânsito Brasileiro.

### O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

---

### CAPÍTULO XV DAS INFRAÇÕES

---

Art. 165. Dirigir sob a influência de álcool ou de qualquer outra substância psicoativa que determine dependência: (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008*)

Infração - gravíssima; (*Redação dada pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008*)

Penalidade - multa (dez vezes) e suspensão do direito de dirigir por 12 (doze) meses. (*Redação dada pela Lei nº 12.760, de 20/12/2012*)

Medida administrativa - recolhimento do documento de habilitação e retenção do veículo, observado o disposto no § 4º do art. 270 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 - do Código de Trânsito Brasileiro. (*Redação dada pela Lei nº 12.760, de 20/12/2012*)

Parágrafo único. Aplica-se em dobro a multa prevista no *caput* em caso de reincidência no período de até 12 (doze) meses. (*Parágrafo único com redação dada pela Lei nº 12.760, de 20/12/2012*)

Art. 165-A. Recusar-se a ser submetido a teste, exame clínico, perícia ou outro procedimento que permita certificar influência de álcool ou outra substância psicoativa, na forma estabelecida pelo art. 277:

Infração - gravíssima;

Penalidade - multa (dez vezes) e suspensão do direito de dirigir por 12 (doze) meses;

Medida administrativa - recolhimento do documento de habilitação e retenção do veículo, observado o disposto no § 4º do art. 270.

Parágrafo único. Aplica-se em dobro a multa prevista no *caput* em caso de reincidência no período de até 12 (doze) meses. (*Artigo acrescido pela Lei nº 13.281, de 4/5/2016, publicada no DOU de 5/5/2016, em vigor 180 dias após a publicação*)

Art. 165-B. (*Vide Lei nº 14.071, de 13/10/2020*)

Art. 166. Confiar ou entregar a direção de veículo a pessoa que, mesmo habilitada, por seu estado físico ou psíquico, não estiver em condições de dirigi-lo com segurança:

Infração - gravíssima;

Penalidade - multa.

---

# PROJETO DE LEI N.º 5.417, DE 2019

**(Do Sr. Bosco Costa)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-2901/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para tornar obrigatória a inclusão nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de mensagem de advertência quanto à relação entre o consumo elevado de álcool e a violência doméstica e contra a mulher.

Art. 2º O 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 comercializadas no País, nacionais ou importadas, conterão advertência, ocupando no mínimo dez por cento da superfície dos rótulos, nos seguintes termos: "O consumo excessivo de álcool agrava a violência doméstica e a violência contra a mulher. (NR)"

Art. 3º Esta Lei entra em vigor no prazo de noventa dias, contados de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

O álcool é a droga lícita mais utilizada no Brasil. Estudos do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (Cebrid) da Unifesp estimam que a substância atinge 74,6% de uso e 12,3% de dependência. Mais grave, porém, é o fato de que as bebidas alcoólicas não apenas estão associadas à violência, especialmente a doméstica e contra a mulher, como também favorecem o seu prolongamento.

A Política Nacional sobre o Álcool, aprovada pelo Decreto nº 6.117, de 22/05/07, reconhece a importância das campanhas de comunicação permanente na luta contra o abuso do álcool e sua relação com a violência. O Anexo II do Decreto, intitulado "Conjunto de medidas para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida,

bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira”, abriga, em seu Subitem 4.1, a diretriz de:

*“Apoiar o desenvolvimento de campanha de comunicação permanente, utilizando diferentes meios de comunicação, como, mídia eletrônica, impressa, cinematográfico, radiofônico e televisivo nos eixos temáticos sobre álcool e trânsito, venda de álcool para menores, álcool e violência doméstica, álcool e agravos da saúde, álcool e homicídio e álcool e acidentes”.*

A nosso ver, a existência de mensagens de advertência nos rótulos de produtos contendo substâncias potencialmente nocivas é uma aplicação eficaz de comunicação permanente sobre os riscos à saúde e à vida decorrentes do consumo desregrado destas substâncias. No caso específico do consumo de álcool, a legislação vigente já contempla a obrigatoriedade de advertência nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas. De fato, nos termos do § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15/07/96, eles devem conter a seguinte mensagem: “Evite o Consumo Excessivo de Álcool”.

Conquanto se trate de medida meritória, cremos que a gravidade do panorama nacional da violência doméstica e da violência contra a mulher recomenda providência mais enfática. Assim, propomos que a mensagem de advertência nos rótulos das embalagens das bebidas alcoólicas passe a conter referência explícita sobre o efeito do álcool no agravamento dessas modalidades específicas de violência. Além disso, para garantir maior eficácia, estipulamos que essa mensagem ocupe, no mínimo, dez por cento da superfície dos rótulos em que for inscrita.

Em nossa opinião, esta iniciativa, se concretizada, poderá contribuir para o enfrentamento dessa chaga que infesta nossa sociedade.

Por todos estes motivos, contamos com o apoio de nossos Pares congressistas para a aprovação desta proposta.

Sala das Sessões, em 8 de outubro de 2019.

Deputado BOSCO COSTA

#### **LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

#### **LEI N° 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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

## **DECRETO N° 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007**

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea "a", da Constituição,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2º A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

Art. 3º Os órgãos e entidades da administração pública federal deverão considerar em seus planejamentos as ações de governo para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

Art. 4º A Secretaria Nacional Antidrogas articulará e coordenará a implementação da Política Nacional sobre o Álcool.

Art. 5º Este Decreto entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 22 de maio de 2007; 186º da Independência e 119º da República.

**LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA**  
Tarsó Genro

Fernando Haddad  
 Márcia Bassit Lameiro da Costa Mazzoli  
 Marcio Fortes de Almeida  
 Jorge Armando Felix

---

## ANEXO II

Conjunto de medidas para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira

**1. Referente ao diagnóstico sobre o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil:**

1.1. Publicar os dados do I Levantamento Nacional sobre os Padrões de Consumo do Álcool na População Brasileira, observando o recorte por gênero e especificando dados sobre a população jovem e a população indígena;

1.2. Apoiar pesquisa nacional sobre o consumo de álcool, medicamentos e outras drogas e sua associação com acidentes de trânsito entre motoristas particulares e profissionais de transporte de cargas e de seres humanos.

**2. Referente à propaganda de bebidas alcoólicas:**

2.1. Incentivar a regulamentação, o monitoramento e a fiscalização da propaganda e publicidade de bebidas alcoólicas, de modo a proteger segmentos populacionais vulneráveis à estimulação para o consumo de álcool;

**3. Referente ao tratamento e à reinserção social de usuários e dependentes de álcool:**

3.1. Ampliar o acesso ao tratamento para usuários e dependentes de álcool aos serviços do Sistema Único de Saúde (SUS);

3.2. Articular, com a rede pública de saúde, os recursos comunitários não governamentais que se ocupam do tratamento e da reinserção social dos usuários e dependentes de álcool.

**4. Referente à realização de campanhas de informação, sensibilização e mobilização da opinião pública quanto às consequências do uso indevido e do abuso de bebidas alcoólicas:**

4.1. Apoiar o desenvolvimento de campanha de comunicação permanente, utilizando diferentes meios de comunicação, como, mídia eletrônica, impressa, cinematográfico, radiofônico e televisivo nos eixos temáticos sobre álcool e trânsito, venda de álcool para menores, álcool e violência doméstica, álcool e agravos da saúde, álcool e homicídio e álcool e acidentes.

**5. Referente à redução da demanda de álcool por populações vulneráveis:**

5.1. Intensificar a fiscalização quanto ao cumprimento do disposto nos arts. 79, 81, incisos II e III, e 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente;

5.2. Intensificar a fiscalização e incentivar a aplicação de medidas proibitivas sobre venda e consumo de bebidas alcoólicas nos campos universitários;

5.3. Implementar o "Projeto de Prevenção do Uso de Álcool entre as Populações Indígenas", visando à capacitação de agentes de saúde e de educação, assim como das lideranças das comunidades indígenas, para a articulação e o fortalecimento das redes de assistência existentes nas comunidades e nos municípios vizinhos;

5.4. Articular a elaboração e implantação de um programa de prevenção ao uso de álcool dirigido à população dos assentamentos para a reforma agrária, bem como o acesso desta população aos recursos de tratamentos existentes na rede pública e comunitária.

**6. Referente à segurança pública:**

6.1. Estabelecer regras para destinação de recursos do Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP) e do Fundo Nacional Antidrogas (FUNAD) para os Municípios que aderirem a critérios pré-definidos pelo CONAD para o desenvolvimento de ações que visem reduzir a violência e a criminalidade associadas ao consumo prejudicial do álcool.

7. Referente à associação álcool e trânsito:

7.1. Difundir a alteração promovida no Código de Trânsito Brasileiro pela Lei nº 11.275, de 7 de fevereiro de 2006, quanto à comprovação de estado de embriaguez;

7.2. Recomendar a inclusão no curso de reciclagem previsto no artigo 268 do Código de Trânsito Brasileiro, de conteúdo referente às técnicas de intervenção breve para usuários de álcool;

7.3. Recomendar a revisão dos conteúdos sobre uso de álcool e trânsito nos cursos de formação de condutores e para a renovação da carteira de habilitação;

7.4. Recomendar a inclusão do tema álcool e trânsito na grade curricular da Escola Pública de Trânsito;

7.5. Elaborar medidas para a proibição da venda de bebidas alcoólicas nas faixas de domínio das rodovias federais.

8. Referente à capacitação de profissionais e agentes multiplicadores de informações sobre temas relacionados à saúde, educação, trabalho e segurança pública:

8.1. Articular a realização de curso de capacitação em intervenção breve para profissionais da rede básica de saúde;

8.2. Articular a realização de curso de prevenção do uso do álcool para educadores da rede pública de ensino;

8.3. Articular a realização de curso de capacitação para profissionais de segurança de pública;

8.4. Articular a realização de curso de capacitação para conselheiros tutelares, dos direitos da criança e do adolescente, de saúde, educação, antidrogas, assistência social e segurança comunitária;

8.5. Articular a realização de curso de capacitação para profissionais de trânsito;

8.6. Articular a realização de curso de capacitação em prevenção do uso do álcool no ambiente de trabalho.

9. Referente ao estabelecimento de parceria com os municípios para a recomendação de ações municipais:

9.1. Apoiar a fiscalização dos estabelecimentos destinados à diversão e lazer, especialmente para o público jovem no que se refere à proibição de mecanismos de indução ao consumo de álcool:

9.1.1. Incentivar medidas de proibição para a consumação mínima, promoção e degustação de bebidas alcoólicas;

9.1.2. Incentivar medidas de regulamentação para horário de funcionamento de estabelecimentos comerciais onde haja consumo de bebidas alcoólicas;

9.2 Apoiar os Municípios na implementação de medidas de proibição da venda de bebidas alcoólicas em postos de gasolina;

9.3 Incentivar o estabelecimento de parcerias com sindicatos, associações profissionais e comerciais para a adoção de medidas de redução dos riscos e danos associados ao uso indevido e ao abuso de bebidas alcoólicas:

- 9.3.1. Incentivar a capacitação de garçons quanto à proibição da venda de bebidas para menores e pessoas com sintomas de embriaguez;
- 9.3.2. Estimular o fornecimento gratuito de água potável nos estabelecimentos que vendem bebidas alcoólicas;
- 9.4. Promover e facilitar o acesso da população a alternativas culturais e de lazer que possam constituir escolhas naturais e alternativas para afastar o público jovem do consumo do álcool.

## **PROJETO DE LEI N.º 262, DE 2021**

**(Do Sr. Roberto de Lucena)**

**“Institui o sistema de prevenção à Síndrome Alcoólica Fetal.”**

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-4259/2020.

O Congresso Nacional decreta:

Artigo 1º - Fica instituído o Sistema de Prevenção à SAF – Síndrome Alcoólica Fetal.

Artigo 2º - O Sistema de Prevenção à SAF tem por escopo básico a orientação das gestantes em toda a rede pública de saúde, para os riscos do consumo de bebidas alcoólicas e demais substâncias psicoativas durante a gravidez.

Artigo 3º - As despesas decorrentes da aplicação desta lei correrão por meio das dotações orçamentárias próprias consignadas no orçamento, suplementadas se necessário.

Artigo 4º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

### **JUSTIFICATIVA**

A SAF – Síndrome Alcoólica Fetal decorre do abuso do álcool durante a gravidez, sendo que pela intensidade de suas manifestações, as lesões acabam ocorrendo nos três primeiros meses de gravidez.

Segundo alguns estudos, o álcool seria uma das principais causas de déficit neurocognitivo nas crianças em idade escolar, caracterizado, sobretudo, por déficit de atenção e distúrbios de conduta (ansiedade, resistência a absorver regras sociais, compulsividade, irritabilidade, maior dependência), além de apresentar-se como um dos fatores favoráveis ao surgimento de comportamento antissocial, delinquência e adesão às drogas e ao crime.

Assim, as mulheres que têm hábito de ingerir bebidas alcoólicas devem ser conscientizadas quanto aos efeitos danosos ao feto causados pela ingestão de álcool no período pré-conceptual e pré-natal

Há uma quantidade crescente de evidências sobre o impacto negativo do álcool no desenvolvimento cerebral, representando a causa congênita mais comum de alterações neurocomportamentais, incluindo o retardamento mental.

Diante do exposto, contamos com o apoio dos nobres pares para aprovação da iniciativa legislativa ora submetida.

Sala das Sessões, 05 de fevereiro de 2021.

**Deputado ROBERTO DE LUCENA  
Podemos/SP**

## **PROJETO DE LEI N.º 296, DE 2021 (Do Sr. Pedro Augusto Palareti)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para determinar a exibição de mensagens nos rótulos de bebidas alcoólicas.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-2901/2015.

## PROJETO DE LEI Nº , DE 2021

(Do Sr. PEDRO AUGUSTO PALARETI)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para determinar a exibição de mensagens nos rótulos de bebidas alcoólicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O 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:

I - advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool";

II - elemento gráfico impresso em quatro cores, com fontes legíveis de fácil visualização, exibindo os dizeres "Lei seca – se beber, não dirija";

III - informações sobre números de acidentes de trânsito, e fatalidades a eles relacionadas, ocorridos no território nacional."(NR)

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

## JUSTIFICAÇÃO

Os acidentes de trânsito no Brasil são frequentes, e essa estatística se torna uma triste realidade quando trata-se do consumo de bebida alcoólica associada a direção de veículos, sendo considerado um dos principais problemas de saúde pública no Brasil.



Documento eletrônico assinado por Pedro Augusto Palareti (PSD/RJ), através do ponto SDR\_56573, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato

ExEditada Mesa n. 80 de 2016.

\* C D 2 1 9 8 4 0 2 8 6 8 0 0 \*

Inúmeros são os acidentes envolvendo condutores de veículos em razão da ingestão de bebida alcoólica, fato que é a principal causa da morte entre jovens de 16 a 20 anos.

É de sabença geral que a Lei denominada Lei Seca nº 11.705 alterou o Código Brasileiro de Trânsito, passando a considerar o fato de dirigir embriagado uma infração gravíssima em que o indivíduo pode ter o Direito de dirigir suspenso por 12 (doze) meses, além da aplicação de multa.

As mortes e danos irreversíveis decorrentes de acidentes de trânsito e o uso de álcool associado a direção de veículos automotores ainda são elevadíssimos no Brasil, porquanto, o Poder Público ainda não dispõe de medidas eficazes objetivando divulgar a toda população dados específicos acerca dos graves danos causados a sociedade.

Não obstante a legislação em referência ter restringido o consumo de bebidas alcoólicas, e por consequência, ter contribuído com a redução nos índices de acidentes fatais no trânsito envolvendo o consumo de álcool associado a direção a partir de sua edição, no momento atual deve haver uma conscientização generalizada acerca dos riscos, da gravidade e o enfrentamento do problema por meio do Poder Público.

Nesse sentido, a presente proposição tem como finalidade conscientizar toda população, apresentando dados atualizados acerca dos riscos e dos acidentes de transito, assim como os danos ocasionados por conta do consumo de álcool associado à direção de veículos por meio de mídia ilustrativa a ser inserida nos rótulos de todos os produtos produzidos e comercializados no território nacional.

Por esta razão peço aos meus nobres pares o apoio e os votos necessários para a aprovação deste projeto de lei no menor prazo possível.

Sala das Sessões, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

Deputado PEDRO AUGUSTO PALARETI

2021-379



**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
**Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG**  
**Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL**  
**Seção de Legislação Citada - SELEC**

**LEI N° 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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

**LEI N° 11.705, DE 19 DE JUNHO DE 2008**

Altera a Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que 'institui o Código de Trânsito Brasileiro', e a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para inibir o consumo de

bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivos da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro, com a finalidade de estabelecer alcoolemia 0 (zero) e de impor penalidades mais severas para o condutor que dirigir sob a influência do álcool, e da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para obrigar os estabelecimentos comerciais em que se vendem ou oferecem bebidas alcoólicas a estampar, no recinto, aviso de que constitui crime dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º São vedados, na faixa de domínio de rodovia federal ou em terrenos contíguos à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista ou o oferecimento de bebidas alcoólicas para consumo no local.

§ 1º A violação do disposto no caput deste artigo implica multa de R\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais).

§ 2º Em caso de reincidência, dentro do prazo de 12 (doze) meses, a multa será aplicada em dobro, e suspensa a autorização de acesso à rodovia, pelo prazo de até 1 (um) ano.

§ 3º Não se aplica o disposto neste artigo em área urbana, de acordo com a delimitação dada pela legislação de cada município ou do Distrito Federal.

**PROJETO DE LEI N.º 841, DE 2021**  
**(Da Sra. Carla Dickson)**

Dá nova redação ao art. 4º-A da Lei nº 9.294, de 15 de Julho de 1996, para estabelecer medidas destinadas a coibir o consumo de bebidas alcoólicas por menores de dezoito anos.

**DESPACHO:**  
 APENSE-SE À(AO) PL-3448/2015.

**PROJETO DE LEI N° , DE 2021**  
(Da Sra. CARLA DICKSON)

Dá nova redação ao art. 4º-A da Lei nº 9.294, de 15 de Julho de 1996, para estabelecer medidas destinadas a coibir o consumo de bebidas alcoólicas por menores de dezoito anos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art.4º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida com a seguinte redação:

“Art. 4º-A Os estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas deverão exibir em seu interior advertências, escritas de maneira legível e ostensiva:

I – informando serem crimes, puníveis com detenção:

- a) dirigir sob a influência de álcool;
- b) vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar bebida alcoólica a indivíduos menores de dezoito anos.

II – com a seguinte mensagem: “*Proibida a venda de bebida alcoólica a menores de 18 anos. A bebida alcoólica pode causar dependência química e, em excesso, provoca graves males à saúde*”.

Parágrafo único. O fornecimento de bebida alcoólica a qualquer título, oneroso ou gratuito, fica condicionado à apresentação pelo consumidor de documento oficial de identidade.” (NR)

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



Documento eletrônico assinado por Carla Dickson (PROS/RN), através do ponto SDR\_56557, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato da Mesa n. 80 de 2016.

## JUSTIFICAÇÃO

Mesmo sendo proibida a venda e o fornecimento de bebidas alcoólicas a menores de 18 anos, tal prática é muito comum na realidade brasileira, sendo necessária a intervenção estatal para advertir, coibir e penalizar aqueles que agem em desconformidade com a lei.

O álcool é uma droga psicotrópica e, apesar de sua aceitação social, o seu consumo em excesso passa a ser um problema de saúde pública, acarretando altos custos para a sociedade<sup>1</sup>.

O consumo em crianças e adolescentes é ainda mais grave, uma vez que nesta importante fase da vida, os indivíduos ainda passam por amadurecimento cerebral.

Com efeito, os prejuízos causados pela intoxicação de álcool na juventude são neuropsicológicos, o que causa, por exemplo, o déficit de memória, queda de rendimento escolar, além de expor os indivíduos a um maior risco de dependência química na idade adulta<sup>2</sup>.

Além disso, outros problemas são oriundos do uso desenfreado de bebidas alcoólicas, o que se revela com o elevado número de acidentes automobilísticos, a violência sexual (tanto para o agressor quanto para vítima), a falta de urbanidade, respeito e auto controle dos indivíduos.

Assim, se faz necessário intensificar a fiscalização e coibir a venda de bebidas alcoólicas a menores de 18 anos, através das restrições explicitadas nesta lei.

Pelas razões expostas, levamos o projeto à consideração dos nobres colegas, contando com o apoio para sua aprovação.

---

<sup>1</sup> Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas. Bebidas Alcoólicas. Departamento de Psicobiologia - UNIFESP/EPM. Acesso em 08/01/2021, In: [https://www2.unifesp.br/dpsicobio/cebrid/folhetos/alcool\\_.htm#:~:text=Apesar%20do%20desconhecimento%20por%20parte,ter%20potencial%20para%20desenvolver%20depend%C3%A7%C3%A3o.](https://www2.unifesp.br/dpsicobio/cebrid/folhetos/alcool_.htm#:~:text=Apesar%20do%20desconhecimento%20por%20parte,ter%20potencial%20para%20desenvolver%20depend%C3%A7%C3%A3o.)

<sup>2</sup> Pechansky, Flavio; Szobot, Claudia Maciel; Scivoletto, Sandra. **Uso de álcool entre adolescentes: conceitos, características epidemiológicas e fatores etiopatogênicos.** Brazilian Journal of Psychiatry. Print version: ISSN 1516-4446On-line version ISSN 1809-452X. Rev. Bras. Psiquiatr. vol.26 suppl.1. São Paulo. May 2004. [https://doi.org/10.1590/S1516-44462004000500005#:~:text=Ao%20mesmo%20tempo%20em%20que,ou%20mesmo%20em%20ambientes%20p%C3%A7%C3%A3oAblicos.](https://doi.org/10.1590/S1516-44462004000500005) Acesso em 08/01/2021, In: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-44462004000500005#:~:text=Ao%20mesmo%20tempo%20em%20que,ou%20mesmo%20em%20ambientes%20p%C3%A7%C3%A3oAblicos.](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-44462004000500005#:~:text=Ao%20mesmo%20tempo%20em%20que,ou%20mesmo%20em%20ambientes%20p%C3%A7%C3%A3oAblicos.)



Sala das Sessões, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

Deputada CARLA DICKSON

2021-1284

Apresentação: 11/03/2021 13:48 - Mesa

PL n.841/2021

Documento eletrônico assinado por Carla Dickson (PROS/RN), através do ponto SDR\_565557, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato da Mesa n.º 80 de 2016.



Documento eletrônico  
na forma do art. 102, §  
da Mesa n. 80 de 2016.

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
**Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG**  
**Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL**  
**Seção de Legislação Citada - SELEC**

**LEI N° 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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....  
 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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. (*Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008*)

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.

**PROJETO DE LEI N.º 2.800, DE 2021**  
**(Do Sr. Leo de Brito)**

Institui o Dia Nacional de Conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
 APENSE-SE À(AO) PL-4601/2020.

## PROJETO DE LEI Nº ,DE 2020

(Do Sr. Deputado Leo de Brito)

Institui o Dia Nacional de Conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) e dá outras providências.

### O Congresso Nacional decreta

Art. 1º Fica instituído o Dia Nacional de Conscientização sobre a Síndrome Alcoólica Fetal (SAF), a ser celebrado anualmente no dia 09 de setembro.

Art. 2º Para marcar o transcurso da data, o Ministério da Saúde poderá promover campanhas educativas para a orientação das gestantes sobre os efeitos do uso do álcool durante a gravidez e sobre os riscos da SAF para a população em geral, sem prejuízo de outras iniciativas.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

No Brasil o álcool é a droga preferida dos brasileiros, causando dependência, doenças e acidentes que vitimam milhões de pessoas todos os anos. O alcoolismo é uma das doenças que mais mata no mundo todo.

Um dos efeitos mais perversos do álcool é o causado pelo seu uso durante a gravidez, acarretando várias enfermidades físicas e psiquiátricas que irão afetar diretamente o embrião em formação,



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Leo de Brito  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD214787601700>



\* CD214787601700\*

tais como atraso mental, déficit de crescimento e anomalias no sistema nervoso, dentre outras.

Este conjunto de efeitos que atinge bebês de mulheres que ingeriram bebidas alcoólicas durante a gravidez é denominado Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) e, de acordo com a Sociedade Brasileira de Pediatria, o Brasil não tem estatísticas oficiais nem programa de prevenção específico para este mal.

A data de 09 de setembro é considerada como o Dia Mundial de Prevenção da Síndrome Alcoólica Fetal (SAF) em diversos países e conta com o apoio da Organização Mundial da Saúde (OMS) e da Organização das Nações Unidas (ONU).

O Governo do Estado do Acre instituiu o Dia de Conscientização e Prevenção da Síndrome Alcoólica Fetal, numa iniciativa do Vereador Rodrigo Forneck que inspirou o projeto nº 9747 de março de 2018 de autoria do Deputado Angelim (atualmente arquivado).

Dessa forma, considerando a importância do tema e a busca pela efetivação desse projeto de lei, peço o apoio dos nobres pares para a deliberação desta matéria por parte desta Casa Legislativa

Plenário, 18 de dezembro de 2020.

---

**Dep. Leo de Brito**  
PT/AC



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Leo de Brito  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD214787601700>



\* C D 2 1 4 7 8 7 6 0 1 7 0 0 \* LexEdit

# **PROJETO DE LEI N.º 3.530, DE 2021**

**(Do Sr. Coronel Tadeu)**

Dispõe sobre informações obrigatórias em rótulos de bebidas alcoólicas comercializadas no território nacional

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-5328/2020.



**CÂMARA DOS DEPUTAS**  
GABINETE DO DEPUTADO CORONEL TADEU – PSL/SP

Apresentação: 14/10/2021 11:20 - Mesa

PL n.3530/2021

**PROJETO DE LEI N° DE 2021**  
(Do Sr CORONEL TADEU)

Dispõe  
sobre informações obrigatórias  
em rótulos de bebidas  
alcoólicas comercializadas no  
território nacional

**O CONGRESSO NACIONAL decreta:**

Art. 1º Fica instituída a obrigatoriedade da expressão “O álcool é droga e pode causar dependência” junto ao rótulo de todas as embalagens de bebidas que contenham álcool, nos termos do art. 2º desta lei.

Parágrafo único: A advertência inserida no caput deste artigo deverá se dar de forma rotativa para o caso dos produtos em que já é feita, por determinação legal, alguma inserção de advertência, e de forma ininterrupta para o caso daqueles em que não é exigida qualquer advertência.

Art. 2º Para efeitos desta lei, consideram-se bebidas alcoólicas, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 0,5 grau Gay Lussac.

Art. 3º A expressão “O álcool é droga e pode causar dependência” deverá ocupar no mínimo 10% (dez por cento) do rotulo da embalagem de bebidas que contenham álcool, conforme disposto no Art. 2º , devendo ser impressas em letras caixa alta vermelhas negritadas, na parte frontal do rotulo.

Art. 4º O não cumprimento da presente Lei acarretará inicialmente em advertência, na reincidência em multa de xxx (Valor) em novo descumprimento na proibição da comercialização do produto em âmbito nacional.

Art. 5º Cumprirá à Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa exercer a fiscalização sobre o cumprimento desta lei,



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Coronel Tadeu  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD216321279300>



\* C D 2 1 6 3 2 1 2 7 9 3 0 0 \*



**CÂMARA DOS DEPUTAS**  
GABINETE DO DEPUTADO CORONEL TADEU – PSL/SP

Apresentação: 14/10/2021 11:20 - Mesa

PL n.3530/2021

bem como aplicar as penalidades legais estabelecidas para os casos de descumprimento de suas determinações.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor em 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de sua publicação oficial.

### **JUSTIFICATIVA**

É sabido que o consumo de qualquer tipo de bebida alcoólica pode trazer danos imediatos à saúde, ou a médio e longo prazo. Isso sem contar os riscos de acidentes de trânsito causados pela combinação de álcool e volante e a enormidade de casos de violência doméstica, que muitas vezes resultam em feminicídio.

É sabido também que o álcool é a droga licita que serve de porta de entrada para o mundo das demais drogas.

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil está entre os países que mais consomem bebidas alcoólicas na América Latina - 7,8 L/ano, estando muito acima da média mundial – 6,4 L/ano.

O alcoolismo é doença reconhecida formalmente pela Organização Mundial de Saúde (OMS), definindo-se o alcoolismo como sendo estado psíquico e físico resultante da ingestão do álcool, caracterizado por reações de comportamento e outras que sempre incluem uma compulsão para ingerir álcool de modo contínuo e periódico, a fim de experimentar seus efeitos psíquicos e por vezes evitar o desconforto de sua falta; a tolerância do mesmo, podendo ou não estar presente.. É uma enfermidade progressiva, incurável e fatal, que consta no Código Internacional de Doenças (CID), com as classificações 291 (psicose alcoólica), 303 (síndrome de dependência do álcool) e 305.0 (abuso do álcool sem dependência).

Os adolescentes são grandes vítimas desse problema. Os indicadores apontam que, com os passar dos anos, a idade de iniciação no consumo do álcool começa cada vez mais cedo e a quantidade e diversidade de bebidas, se torna cada vez maior, a situação é muito preocupante porque além de socialmente aceita, o acesso dos jovens à bebida está cada vez mais fácil.

De acordo com a OMS, em todo o mundo, mais de 3 milhões de homens e mulheres morrem todo os anos justamente pelo uso nocivo de bebidas alcoólicas. Ao todo, 5% das doenças mundiais são causadas pelo álcool.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Coronel Tadeu  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD216321279300>





**CÂMARA DOS DEPUTAS**  
GABINETE DO DEPUTADO CORONEL TADEU – PSL/SP

Apresentação: 14/10/2021 11:20 - Mesa

PL n.3530/2021

Ainda conforme relatório da OMS, divulgado em 2018, 28% das mortes provocadas pelo consumo de álcool são resultado de lesões, como por exemplo, acidentes de trânsito. Outras 21% são distúrbios digestivos graves, 19% são doenças cardiovasculares e o restante doenças infecciosas, câncer e transtornos mentais.

Um levantamento organizado por pesquisadores da Fundação Oswaldo Cruz, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (Uerj) e da Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde tentou estimar qual o impacto financeiro de tratar essas doenças associadas ao alcoolismo pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Algo em torno de US\$ 8,2 milhões por ano. O esforço foi coordenado pelo professor Denizar Vianna, da Uerj.

A Global Drug Survey (GDS) vem desenvolvendo durante a pandemia da COVID-19 um esforço global para entender melhor o impacto da pandemia na vida das pessoas, com foco no uso de álcool e outras drogas, saúde mental e relacionamentos. Mais de 55.000 pessoas participaram desta amostra, que incluiu a participação de brasileiros.

Os dados do Brasil mostraram aumento em relação ao consumo de álcool, o aumento foi de 13,1%.

Portanto, convicto de que, para poder enfrentar uma situação endêmica que tantos males traz às famílias brasileiras tal aviso servirá como alerta, tentando assim diminuir o uso abusivo de bebidas alcoólicas, principalmente na adolescência, trago esta propositura para votação.

Diante da importância desta proposta, contamos com os nobres pares para aprovar a proposição.

Sala de Sessões, em  de  de  
**2021.**

Deputado Federal  
**CORONEL TADEU**  
**PSL/SP**



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Coronel Tadeu  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD216321279300>



\* C D 2 1 6 3 2 1 2 7 9 3 0 0 \*