



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.865, DE 2023

(Do Sr. Lincoln Portela)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-217/2020.

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. LINCOLN PORTELA)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

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
.....

§ 1º-A. A propaganda de bebidas alcoólicas em televisão deverá ser dividida em três partes de igual duração, da seguinte forma:

I - uma parte contendo a propaganda comercial propriamente dita;

II - uma parte contendo alerta sobre os riscos de acidentes de trânsito associados à condução de veículo sob efeito de álcool;

III - uma parte contendo alerta sobre a relação entre consumo de bebidas alcoólicas e violência doméstica.

§ 1º-B. Os requisitos e condições para cumprimento do disposto no § 1º-A serão definidos em regulamento.

.....”

(NR)

* C D 2 3 3 5 9 8 4 3 8 0 0 *



Art. 2º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os danos causados pelo consumo de álcool ao organismo são plenamente conhecidos. Cirrose hepática, cânceres e doenças cardiovasculares, além de dependência química e psicológica, são apenas alguns dos graves problemas de saúde associados à ingestão excessiva dessa substância.

Há, entretanto, uma série de problemas de ordem social também relacionados ao consumo de bebidas alcoólicas. Quase que diariamente aparecem na mídia notícias e estatísticas comprovando a correlação entre embriaguez, acidentes de trânsito e episódios de agressão doméstica. O preço pago pelas vítimas desses tipos de violência costuma ser muito alto, passando por sequelas físicas e psicológicas permanentes, destruição de lares e famílias, e até mesmo a morte.

Em nosso entendimento, os fabricantes de bebidas alcólicas, ao optarem por levar a propaganda de seus produtos à televisão, que é o veículo de comunicação de maior alcance e abrangência em nosso país, devem assumir, também, a responsabilidade por alertar os consumidores, bem como as potenciais vítimas, dos riscos e prejuízos sociais relacionados ao consumo dessas bebidas.

Por essas razões, oferecemos o presente projeto de lei à consideração de nossos nobres colegas. A proposição visa a alterar a redação do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para determinar que a propaganda de bebida alcóolica em televisão seja dividida em 3 partes de igual duração, das quais: uma parte reservada à divulgação do produto em si; uma parte contendo alerta sobre os riscos de acidentes de trânsito associados à condução de veículo sob efeito de álcool; e uma parte contendo alerta sobre a relação entre consumo de bebidas alcoólicas e violência doméstica.



Com a medida apresentada, acreditamos estar colaborando para conscientizar a população dos riscos sociais relacionados ao consumo de bebidas alcoólicas, contribuindo indiretamente para a diminuição do consumo dessas substâncias ou para um consumo mais comedido. Nesses termos, convidamos nossos pares a votarem favoravelmente à aprovação do nosso projeto de lei.

Sala das Sessões, em de abril de 2023.

Deputado Federal **LINCOLN PORTELA**
PL/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 Nº 9.294 DE 15 DE JULHO
DE
1996
Art. 4º

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199607-15:9294>

FIM DO DOCUMENTO