



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI

N.º 330, DE 2003

(Do Sr. Pastor Pedro Ribeiro)

Altera dispositivos da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal".

DESPACHO:

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigor com as seguintes alterações:

“Art. 4º

§ 1º

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas comercializadas em todo o território nacional conterão, além do teor alcoólico, a inserção obrigatória de mensagem de advertência, em fonte de letra tipo “times new roman”, maiúsculas, com 1cm (um) de altura, e que ocupem, no mínimo, 20% de espaço dos mesmos, para esclarecer o consumidor quanto aos malefícios decorrentes da ingestão de álcool, nos seguintes termos:

- I- “evite o consumo de álcool”
- II- “o álcool gera dependência”
- III- “o álcool incapacita”
- IV- “cuidado, o álcool mata”
- V- “o álcool vicia”.

§ 3º As mensagens e/ou a que for escolhida das citadas no parágrafo anterior, deverão(á), também, ser exposta(s) em lugares visíveis, nos estabelecimentos que as comercializem.

§ 4º No caso de produtos importados, é responsabilidade do importador o cumprimento do disposto nesta lei.

§ 5º Não se aplica o disposto no § 2º aos produtos destinados à exportação.

§ 6º Quanto às bebidas alcoólicas, são proibidos:

- I- o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

- II- a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar e à margem das rodovias;
- III- a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
- IV- a comercialização em estabelecimento de ensino, de saúde e em local público;
- V- o consumo por menores de 16 anos, em recintos coletivos.

Art. 2º O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigor 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 graus Gay Lussac.

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de até 60(sessenta) dias contados de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de 180(cento e oitenta) dias contados de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Um dos grandes desafios do momento é a mobilização da sociedade para o enfrentamento do alto consumo de bebidas alcoólicas no País, da mesma forma como se deu com a grande campanha contra o tabagismo.

Como resultado dessa mobilização, as estatísticas mostram que o brasileiro passou a fumar menos. Em relação às bebidas

alcoólicas, a situação é inversa: a população passou a beber mais. Em decorrência das restrições impostas à propaganda de cigarro, o seu consumo caiu, consideravelmente. Por outro lado, a liberalização em relação à bebida vem contribuindo para a elevação do seu consumo.

A sociedade parece ter esquecido que o consumo de álcool é tão ou mais danoso à saúde pública quanto o cigarro. A ingestão de álcool está comprovadamente ligada a várias patologias: hipertensão arterial, AVC, insuficiência coronariana, doenças mentais, úlcera gástrica e duodenal, cirrose hepática e vários tipos de câncer.

O álcool é uma droga psicotrópica que atua no sistema nervoso central, provocando mudanças de comportamento de quem o consome, além de ter alto potencial para desenvolver dependência. Não se entende que o seu consumo seja não só admitido, como incentivado pela sociedade e até pelo núcleo familiar.

É ainda mais preocupante a alta incidência de consumo de álcool pela população jovem. O contato com a bebida ocorre, em média, aos 11 anos de idade. O álcool é, então, a porta de entrada de outros tantos vícios, inclusive do uso de drogas pesadas.

E os fabricantes vêm investindo pesadamente em bebidas direcionadas para jovens. É o caso dos produtos “ices”, servidos em “festinhas ruidosas”, onde é predominante a presença de adolescentes. Mensagens relacionadas à bebida, focadas no hábito de vida dos jovens, no esporte, na diversão, na boa performance sexual, no sucesso na vida, são jogadas constantemente a estas pessoas de pouca idade, ainda estruturalmente vulneráveis e sem condições de discernir o que está por trás da propaganda..

São incalculáveis os riscos representados pelo consumo precoce de bebidas alcoólicas. Estudos da UNIFESP revelam que “quanto mais cedo se começa a beber, mais chance a pessoa terá de ficar dependente.”

Para enfrentarmos este problema, estamos levando à consideração do Congresso Nacional o presente Projeto de Lei que altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996:

- propondo que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas comercializadas no território nacional - excluindo-se, portanto, os produtos destinados à exportação -. contenham, além do teor alcoólico, mensagem de advertência que esclareça o consumidor quanto aos malefícios decorrentes da ingestão continuada de álcool;
- introduzindo dispositivo que veda as empresas que fabricam ou comercializam bebidas alcoólicas de patrocinar atividade cultural ou desportiva; de veicular propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco e à margem de rodovias; de distribuir qualquer tipo de amostra ou brinde e, também, de comercializar o produto em estabelecimento de ensino, de saúde e em locais públicos;
- vedando o consumo, por menores de 16 anos, em recintos coletivos, assim definido pelo Decreto nº 2.018, de 1º.10.96, que regulamenta a Lei nº 9.294, de 15.07.96:

“recinto coletivo: local destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como, casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares” (Dec. Nº 2.018, de 15.07.96, art. 2º-I).

A proibição do consumo de bebidas alcoólicas por menores de 16 anos é, no nosso entender, uma medida complementar àquela constante na Lei nº 8.069, de 13.07.90 (Estatuto da Criança e do Adolescente), que estabelece a “proibição de venda de bebidas alcoólicas à criança e ao adolescente” (art. 81-II).

A prática mostra que a simples proibição de venda não se revela eficaz. Os adultos compram e os menores consomem abertamente. Ao proibir o consumo de bebidas alcoólicas, por menores de 16 anos, nos “recintos coletivos”, estamos criando mais um fator impeditivo ao acesso dos jovens a este vício comprovadamente maléfico.

Merece um destaque especial, ainda, o art. 2º do Projeto, que dá nova redação ao parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15.07.96. Com a nova redação, as bebidas alcoólicas passam a ser definidas como *“as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a quatro graus Gay Lussac”*

A nova definição tem como objetivo precípua defender a população jovem que vem sendo sistematicamente pressionada pela propaganda e pela oferta a preços baixos dos denominados produtos “ices” (mistura de vodka, uísque, rum ou cachaça, com sucos, água ou outro líquido), com teor alcoólico em torno de 5%. É com estes produtos, vendidos como “poções mágicas”, que os fabricantes “molham com álcool, pela primeira vez, os bebdores juvenis”.

Com a nova redação dada ao parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15.07.96, passaram a ser estes produtos considerados, também, como bebidas alcoólicas e, portanto, sujeitos às restrições impostas pela legislação vigente.

O presente Projeto de Lei tem embasamento constitucional: art. 220, § 4º da Constituição Federal, que assim estabelece:

“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 do seu uso”

Este dispositivo constitucional foi devidamente regulamentado pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Estamos propondo alterações que, no nosso entender, permitirão um efetivo trabalho de combate ao alcoolismo e ajudarão a criar um ambiente saudável e protegido, ao abrigo das consequências nefastas do consumo de álcool.

Dada a relevância social da Proposta, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares na sua rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de março de 2003

Deputado PASTOR PEDRO RIBEIRO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

.....
....

**TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL**

.....
....

**CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei 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.

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumíferos, 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 fumífero, 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 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.

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....
....
.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....
....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º

.....
.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º

.....
.....

§ 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.

§ 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.

....."
(NR)

.....
....
.....
....

DECRETO Nº 2.018, DE 1º DE OUTUBRO DE 1996.

REGULAMENTA A LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO.

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

.....
.....

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto são adotadas as seguintes definições:

I - RECINTO COLETIVO: local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares. São excluídos do conceito os locais abertos ou ao ar livre, ainda que cercados ou de qualquer forma delimitados em seus contornos;

II - RECINTOS DE TRABALHO COLETIVO: as áreas fechadas, em qualquer local de trabalho, destinadas a utilização simultânea por várias pessoas que nela exerçam, de forma permanente, suas atividades;

III - AERONAVES E VEÍCULOS DE TRANSPORTE COLETIVO: aeronaves e veículos como tal definidos na legislação pertinente, utilizados no transporte de passageiros, mesmo sob forma não remunerada.

IV - ÁREA DEVIDAMENTE ISOLADA E DESTINADA EXCLUSIVAMENTE A ESSE FIM: a área que no recinto coletivo for exclusivamente destinada aos fumantes, separada da destinada aos não-fumantes por qualquer meio ou recurso eficiente que impeça a transposição da fumaça.

Art. 3º É proibido o uso de produtos fumígenos em recinto coletivo, salvo em área destinada exclusivamente a seus usuários, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

Parágrafo único. A área destinada aos usuários de produtos fumígenos deverá apresentar adequadas condições de ventilação, natural ou artificial, e de renovação do ar, de forma a impedir o acúmulo de fumaça no ambiente.

.....
.....
.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art.78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

.....

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
