



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 1.548, DE 2025**

**(Do Sr. Luciano Ducci)**

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a propaganda de bebidas alcoólicas na internet, e dá outras providências.

**DESPACHO:**  
ÀS COMISSÕES DE  
SAÚDE;  
DEFESA DO CONSUMIDOR E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

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

### **PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, caput - RICD



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado **Luciano Ducci** – PSB/PR

### PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Do Sr. LUCIANO DUCCI)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a propaganda de bebidas alcoólicas na internet, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estabelecer restrições à propaganda de bebidas alcoólicas na internet e para modificar a definição de bebida alcoólica contida na lei.

Art. 2º O 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 0,5 (zero vírgula cinco) graus Gay Lussac.” (NR)

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

“Art. 4º-B. A propaganda comercial de bebidas alcoólicas em aplicações de internet não poderá:

I – empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado **Luciano Ducci** – PSB/PR

II – associar o consumo de bebidas alcoólicas a maturidade, coragem, êxito profissional ou social ou maior poder de sedução;

III – exibir imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas;

IV – ser inserida no interior de outro conteúdo, como texto ou vídeo, interrompendo a leitura ou visualização do conteúdo original.

§ 1º Para os efeitos deste artigo, é considerada propaganda comercial a mera valorização de bebidas alcoólicas, ainda que não associada diretamente a marca identificável.

§ 2º A propaganda comercial de bebida alcoólica em formato visual ou audiovisual deverá conter aviso, na própria imagem ou vídeo, sobre os riscos do consumo excessivo de álcool, nos termos da regulamentação.

§ 3º É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas em aplicações de internet cujos usuários crianças e adolescentes correspondam a mais de 30% (trinta por cento) do total de usuários da plataforma, apurado em base mensal.”

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





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado **Luciano Ducci** – PSB/PR

### JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.924, de 15 de julho de 1996, foi promulgada com vistas a atender o mando legal constante do § 4º do art. 220 da Carta Magna, que determina que a propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais.

Dada sua antiguidade, a Lei nº 9.924/96, ao longo de seus 28 anos de vigência, vem se tornando progressivamente defasada em face da evolução dos meios de comunicação social, especialmente das plataformas e mídias sociais possibilitadas pela internet.

Nesse contexto, vemos como particularmente preocupante a falta de parâmetros legais para controlar a propaganda comercial de bebidas alcoólicas veiculada internet. O setor, hoje, está sujeito apenas à regulamentação exarada pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR. Infelizmente, a realidade mostra que essa regulamentação é incapaz de orientar adequadamente a atuação dos agentes envolvidos.

Os malefícios do consumo de bebidas alcoólicas, especialmente por crianças e adolescentes, são fartamente documentados na literatura médica. Ademais, o risco de sujeitar os consumidores a dependência física e psicológica, por si só, justifica a adoção de políticas rígidas de controle da propaganda desses produtos, particularmente na internet, meio de comunicação preferencial das novas gerações.

Frente ao exposto, oferecemos o presente projeto de lei para apreciação dos nobres colegas. O objetivo de nossa proposta é estabelecer parâmetros mínimos para regular a propaganda de bebidas alcoólicas na rede mundial de computadores. Nosso texto propõe que, na internet, a propaganda de bebidas alcoólicas não poderá: empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo; associar o consumo de bebidas alcoólicas a maturidade, coragem, êxito profissional ou social ou maior poder de sedução; exibir imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas; ser inserida no interior de outro conteúdo, como texto ou vídeo, interrompendo a leitura ou visualização do conteúdo original.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado **Luciano Ducci** – PSB/PR

Complementarmente, o projeto determina que a propaganda comercial de bebida alcoólica em formato visual ou audiovisual deverá conter aviso, na própria imagem ou vídeo, sobre os riscos do consumo excessivo de álcool, nos termos de regulamentação a ser baixada pelo Poder Executivo. Na mesma linha, nossa proposta veda a propaganda comercial de bebidas alcoólicas em aplicações de internet cujos usuários crianças e adolescentes correspondam a mais de 30% (trinta por cento) do total de usuários da plataforma, apurado em base mensal. Com essa previsão, estamos promovendo uma proteção adicional aos cidadãos mais sugestionáveis e vulneráveis aos malefícios desses produtos.

Finalmente, propomos também a atualização da definição de bebida alcoólica aplicável a toda a legislação de propaganda destes produtos, reduzindo de 13 para 0,5 graus gay Lussac o parâmetro de corte para determinar se uma bebida é alcoólica ou não. Entendemos que esta é uma alteração indispensável, visto que a legislação atual, além de ser descabidamente permissiva com produtos desta natureza, está em desacordo com as práticas comerciais e com o disposto no Decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009, que por sua vez regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

Na esperança de que a aprovação deste projeto contribua na proteção de nossos cidadãos contra a exposição indevida a práticas agressivas de divulgação de bebidas alcoólicas, conclamamos nossos pares a votarem pela aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em        de        de 2025.

**Luciano Ducci**  
**Deputado Federal**  
**PSB/PR**



Palácio do Congresso Nacional - Praça dos Três Poderes - Anexo IV - Gabinete 427 - Brasília - DF - CEP 70160-900  
Telefone: (61) 3215-5427

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD256977797600>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Luciano Ducci



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996**

<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1996/lei-9294-15-julho-1996-349045norma-pl.html>

**FIM DO DOCUMENTO**