



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2007
(Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

Altera a Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O Congresso Nacional decreta:

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

“Art. 1º

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcóolicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a 3 graus Gay Lussac.”

Art. 2º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

§ 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 **dos usuários**;

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;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

§ 1º-A. Aplica-se às bebidas alcóolicas definidas no parágrafo único do **caput** do art. 1º o disposto no **caput** deste art. 3º e em seu § 1º.

§ 2º A propaganda conterà, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 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 A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Em audiência pública na Comissão de Seguridade Social e Família discutiu-se com o Sr. Ministro da Saúde os problemas do consumo de bebidas alcólicas. Surgiu como questão fundamental os efeitos da propaganda, o quanto ela poderia influenciar o consumo destas bebidas e, por conseqüência, trazer agravos à saúde e produzir acidentes de trânsito. Quanto a este último ponto, calcula-se que das trinta e cinco mil mortes ocorridas no trânsito a cada ano, a maioria seja devida ao consumo de álcool pelos condutores.

Desta forma, considero pertinente que se limitem as propagandas de bebidas alcólicas, o que diminuiria o consumo e a exposição destes produtos à população mais jovem. De fato, pelas regras atuais a propaganda, sobretudo a de cervejas, atinge grande parcela da população infantil brasileira, como se nada disso pudesse trazer efeitos deletérios no futuro. Assim, com as alterações que propomos à já bastante útil Lei nº 9.249, de 1996, acredito que atingiremos importantes resultados.

A primeira alteração refere-se à nova definição de bebida alcólica, abarcando todas aquelas com gradação Gay Lussac superior a três graus. Com isso, subordinaremos todas as bebidas alcólicas às regras já restritivas presentes no art. 4º da Lei, que impede a veiculação de propaganda em emissoras de rádio e televisão entre as seis horas e vinte uma horas. Da mesma forma, submetemos as bebidas alcólicas nas restrições do **caput** e § 1º do art. 3º, que regulamentam de forma bastante eficiente o modo e os objetivos da propaganda – regras que já estão em vigor para os produtos fumíferos.

Esperamos contar com o apoio dos nobres pares na aprovação desta importante medida, que visa melhorar a qualidade de vida da população pelo maior respeito à saúde e também pela diminuição dos acidentes de trânsito.

Sala das sessões, de de 2007

Dep. Jorge Tadeu Mudalen