



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.026, DE 2007 (Do Sr. Augusto Carvalho)

Altera 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".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
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 vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º A propaganda comercial de bebida alcoólica, seja qual for seu teor, somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e às seis horas.”

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 1996, que instituiu critérios restritivos para a propaganda de tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, ao se referir às bebidas alcoólicas, permite que sua propaganda seja feita apenas no intervalo entre as 21 e as 6 horas. E, no caso, usa a expressão de forma a mais ampla, sem qualquer limitação quanto a seu teor alcoólico.

Sucede que o Decreto nº 2.108, de 01.10.1996, que regulamentou a Lei nº 9.294, inovou, por inteiro, limitando, em seu texto, aquilo que a Lei regulamentada não o fez. E, no caso, excluiu das restrições publicitárias ali definidas todas as bebidas potáveis com teor alcoólico inferior a 13 graus Gay Lussac (GL), como se pode ler no art. 8º do mencionado diploma legal.

Uma leitura, ainda que menos cuidadosa, pode entender como benéfica a intromissão dessa limitação no texto legal, embora a lei assim regulamentada não o tenha feito, porque o que pretendeu fazer foi restringir, naquele horário, a propaganda de toda e qualquer bebida alcoólica, independentemente, portanto, de seu índice Gay Lussac.

Esta intromissão indevida, tal como o é a de um decreto do Poder Executivo pretendendo modificar uma decisão do Poder Legislativo, definindo limites ali onde a lei original não definiu, já é, de si, condenável. E, quando se tem em mente a idéia que presidiu à elaboração daquela lei, que é exatamente a de limitar a propaganda de bebidas alcoólicas, quaisquer que elas sejam, diante do perigo que representam para a saúde e, mais ainda, para o relacionamento social, vamos encontrar que o teor menor de 13 graus abrange exatamente o segmento das cervejas, aquelas bebidas que, hoje, em qualquer horário da televisão e do rádio e em muitas páginas de jornais e revistas, insinua – e quase sempre maliciosamente – aos jovens que é bom beber. E se esta idéia contradiz

o disposto na lei original, não pode, em qualquer hipótese, constar do decreto que a regulamentou.

Assim, o que estou pretendendo com esta proposição é, antes de mais nada, restaurar o exato sentido do texto original, ou seja, o de não colocar qualquer limitação, quanto ao teor alcoólico, nas restrições à propaganda dessas beberagens. Depois, é protestar quanto a essa autêntica usurpação do poder de legislar, que nos cabe, a nós parlamentares, em especial naqueles casos em que referida usurpação foi feita em benefício - impossível negar - de um dos maiores produtores de bebidas alcoólicas que é o segmento das cervejas.

Na certeza de que meus ilustres Pares, nesta Casa, entenderão os propósitos que nos levaram a formular este projeto de lei, creio poder contar com sua necessária aprovação.

Sala das Sessões, em 12 de setembro de 2007.

**Deputado AUGUSTO CARVALHO
PPS/DF**

**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.

.....

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.

.....

.....

DECRETO N° 2.018, DE 1 DE OUTUBRO DE 1996

Regulamenta a Lei n° 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 III **DA PROPAGANDA E ROTULAGEM DE BEBIDAS**

Art. 8º A propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre às vinte e uma e às 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 As chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos indicados no *caput* deste artigo, em estádios, veículos de competição e locais similares, bem como em 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.

Art. 9º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de que trata o artigo anterior deverão conter, de forma legível e ostensiva, além dos dizeres obrigatórios previstos pelas Leis ns. 7.678, de 8 de novembro de 1988, e 8.918, de 14 de julho de 1994 e seus regulamentos, a expressão: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
