

EMENDA Nº
(do Senhor Deputado Nelson Marquezelli)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008
(Do Poder Executivo)

Altera a Lei nº 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.

EMENDA SUBSTITUTIVA

Artigo 1º O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 0,5 % (meio por cento) em volume de Álcool."

Artigo 2º O artigo 5º da Lei 9294/96 passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 5º A propaganda comercial, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que a audiência do programa no qual será veiculado o anúncio seja composto, majoritariamente, por maiores de idade.

§ 1º A propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares poderá ser feita desde que identificada apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 2º Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

Artigo 3º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificativa

O PL 2733 de 2008, apresentado pelo Governo Federal, provoca a meritória alteração da regra prevista na Lei 9294 que considera bebidas alcoólicas somente aquelas com teor alcoólico igual ou superior a 13º Gay Lussac.

É uma alteração meritória pois sujeita as cervejas, as chamadas “Ices” e alguns vinhos às regras de há muito vigente para as demais bebidas alcoólicas.

As emendas substitutivas ora sugeridas preservam a idéia pretendida pelo Governo, pois defendem a extinção da distinção dos 13º hoje válida por conta do parágrafo único do artigo 1º da Lei 9294.

A inovação consiste exatamente em alterar o artigo 5º da Lei 9294, assegurando que os anúncios de bebidas alcoólicas, independente do horário em que sejam veiculados, tenham como público alvo os maiores de idade.

Entendemos que esse é melhor caminho de manter os nossos jovens longe da influência exercida pelos anúncios de bebidas alcoólicas.

Sala das Comissões, __ de _____ de _____.

Nelson Marquezelli
Deputado Federal – PTB/SP