

PROJETO DE LEI Nº , DE 2008

(Do Sr. Ricardo Izar)

Modifica e suprime dispositivos da
Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,
restringindo a propaganda de bebidas
alcoólicas.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

I – O artigo 3º passa a vigorar com a redação abaixo:

“Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumífero, derivado ou não do tabaco, bem como das bebidas alcoólicas, só poderá ser realizada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.” (NR)

II – O caput do artigo 3º-A passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 3º desta Lei:
.....” (NR)

III – Fica suprimido o artigo 4º. “

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

J U S T I F I C A T I V A

Dados estatísticos bastante recentes, divulgados pela Polícia Rodoviária Federal, mostram que mais de meio milhão de pessoas já se envolveram em acidentes de trânsito, em 2007. Desse meio milhão, cerca de 85.000 cidadãos foram colhidos pela morte ou por lesões corporais. Dados de outras fontes, de 2005, já situam em um milhão os acidentes de trânsito, ceifando cerca de 180 vidas por dia, segundo o Professor José Mauro Braz, médico da Universidade do Rio de Janeiro. Em suas palestras, assevera a autoridade que em cerca de 75% dos acidentes de trânsito no

país, com vítimas fatais, existe um motorista alcoolizado envolvido. O Brasil está no topo da lista dos países com maior número de acidentes de trânsito no mundo.

Nem precisaríamos coletar esses dados, senhores deputados, quando sabemos da macabra realidade do país em matéria de acidentes de trânsito. É também inequívoco o efeito deletério da combinação de bebidas alcoólicas com o volante, produzindo tragédias que vitimizam famílias inteiras – basta assistir aos noticiários diários, ler jornais, revistas, observar ao redor de si.

Outro grande mal que vem sendo combatido institucionalmente em nosso país é a questão dos cigarros. Para os produtos fumíferos, é proibida a propaganda de seu consumo, contingenciada esta apenas ao interior dos pontos de venda, em pôsteres e cartazes. O fumante provoca um grande mal, isso é indiscutível. Mal para si próprio, de preferência, para não no adentrarmos na polêmica do fumante passivo. Já o motorista embriagado, este representa uma ameaça real à sociedade civil por inteiro, provocando mais mortes e tragédias que o vício do fumo.

Por outro lado, temos visto uma escalada surpreendente de propaganda de bebidas alcoólicas, principalmente cervejas, em horários vulneráveis das emissoras de rádio e TV, nos filmetes que antecedem a apresentação dos filmes, nos cinemas, em diversas outras formas, num incentivo explícito ao consumo desenfreado de bebidas, afetando diretamente a nossa juventude, mais passível à influência da mídia. Cresce assustadoramente a participação de nossos jovens no consumo de bebidas alcoólicas, com todas as consequências deletérias que isso traz para o futuro de nosso país.

Entendemos, assim, de restringir a publicidade das bebidas alcoólicas ao mesmo espaço permitido aos produtos fumíferos. Isso, certamente, até mesmo mais que a economia de vidas associada ao controle do tabagismo, poderá evitar dezenas de milhares de mortes de inocentes, em nossas estradas e nas zonas urbanas, além de proteger nossos futuros cidadãos de um vício que, sabemos nós, causa dependência e preocupa toda a sociedade brasileira mais madura e consciente.

Sala das Sessões, em de dezembro de 2008;

RICARDO IZAR
Deputado Federal