



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.840, 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.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

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.

JUSTIFICATIVA

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 19 de dezembro de 2008.

RICARDO IZAR

Deputado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

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.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 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 de pessoas fumantes;

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;

** Inciso IV com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

** Inciso VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2º A propaganda conterá, 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 sequencialmente, 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.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente 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 sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

- I - a venda por via postal;
- II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
- III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
- IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
- V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
- VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
- VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
- VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os

conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º

.....

.....
 § 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º

.....
 § 2º A propaganda conterà, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no **caput** deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

....." (NR)

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
