



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.164, DE 2008

(Do Sr. Geraldo Pudim)

Altera a redação da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, a qual 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.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera a redação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, a qual 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.

Art. 2º O parágrafo único do Art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 1º

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a meio grau Gay Lussac.

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

JUSTIFICATIVA

Muito embora a Lei nº 9.294, de 1996, tenha criado uma série de restrições no tangente à veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas, pode-se verificar que, a despeito da proibição de de associar-se as bebidas alcoólicas a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas, as propagandas sempre contam com a participação de atores reconhecidos, alguns como símbolos sexuais, dos meios de comunicação da atualidade. Essa prática claramente fere o disposto no § 1º do art. 4º da Lei supramencionada.

Pesquisas recentes demonstram que o uso de bebidas alcoólicas vem crescendo entre crianças e adolescentes. É sabido que a veiculação de propagandas desses produtos funcionam como forte indutor ao consumo dos mesmos. Dessa forma venho apresentar este Projeto de Lei cujo único objetivo é o de contribuir para uma juventude mais saudável. Ao propor a redução do teor alcoólico mínimo para a caracterização do que seja bebida alcoólica, impede-se também a veiculação de algumas propagandas.

Sala de Sessões, 1º de abril de 2008.

GERALDO PUDIM
Deputado Federal

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

LEI Nº 9.294, DE 15 JULHO DE 1996

Dispõe sobre as restrições ao uso e à
propaganda de produtos fumíferos, bebidas

PL-3164/2008

Coordenação de Comissões Permanentes - DECOM - P_3630
CONFERE COM O ORIGINAL AUTENTICADO

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. 1º O uso e a propaganda de produtos Fumígenos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

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

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

.....

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.

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO