

PROJETO DE LEI Nº , DE 2010
(Do Sr. Nilson Mourão)

Dispõe sobre a proibição de publicidade comercial de produtos derivados de tabaco e bebidas alcoólicas nos veículos de comunicação concessionários e permissionários do serviço público em todo o território nacional.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibido a publicidade comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco e bebidas alcoólicas, nos veículos de comunicação concessionários e permissionários do serviço público em todo o território nacional.

Parágrafo único. São consideradas bebidas alcoólicas, para efeito desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

Art. 2º Quanto aos produtos referidos no artigo anterior, é expressamente proibido a veiculação de qualquer publicidade indireta, também denominada merchandising, inserida durante programação produzida pelos meios de comunicação que dependem de concessão pública.

Art. 3º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – Advertência;

II – Suspensão da veiculação de qualquer outra propaganda comercial durante 24 horas, no veículo de divulgação da publicidade;

III – Multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) à R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

IV – Suspensão da programação do órgão de comunicação social, pelo tempo de 30 minutos, por cada propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º O Poder Executivo definirá os órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo e suas respectivas competências.

Art. 4º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Algumas iniciativas legislativas vêm sendo tomadas nos últimos anos para conter a propaganda comercial de bebidas alcoólicas e cigarros em nosso País. Com elas a sociedade conquistou grandes avanços na diminuição de fumantes de no consumo de bebidas, especialmente entre os adolescentes, idade em que o indivíduo em formação de comportamento, sofre mais fortemente as influências externas.

A adolescência é um período da vida em que o indivíduo inicia o processo de afirmação da sua identidade, e, aparentemente, alguns hábitos são estabelecidos, os quais podem persistir na vida adulta, dentre eles, os hábitos relacionados ao uso de álcool, tabaco e outras drogas.

Durante este período ocorrem modificações somáticas, psicológicas e sociais importantes no indivíduo. Segundo a Organização Mundial de Saúde os limites cronológicos da adolescência situam-se entre 10 e 20 anos de idade. Todo

o processo de transformação física do adolescente é, normalmente, acompanhado de um processo de evolução psicológica e de um comportamento típico desta fase de desenvolvimento denominada de Síndrome da Adolescência Normal.

Assim, a propaganda é utilizada para a formação de um padrão de comportamento, que no caso a que se propõe corrigir essa Lei, incentiva fortemente as pessoas ao uso de produtos fumígenos, especialmente o cigarro, e ao consumo de bebidas alcoólicas que podem se transformar em hábitos para toda a vida.

O uso de estratégias de marketing combinadas com a psicologia vem servindo não apenas para vender determinados produtos, mas esta união está a serviço da permeabilidade do comportamento e as possibilidades de como influenciá-lo. Assim, a associação de imagens de homens bem sucedidos, com belos automóveis, mulheres bonitas ou jovens felizes em aventuras radicais, com determinada marca de cigarro ou bebida alcoólica, tem por finalidade, criar um padrão de comportamento que identifica o produto ao estilo de vida que é idealizado pela maioria, nessa faixa etária.

Vemos todos os dias os efeitos nocivos do fumo e do álcool nos indicadores de saúde e no estratosférico orçamento do Ministério da Saúde destinado ao combate às doenças causadas pelo consumo desses produtos, apesar de se encontrar indicados nos seus respectivos rótulos, por força da Lei nº 10.702, de 14 de julho de 2003, advertências quanto a prejudicialidade de seu uso.

Todavia ao abrirmos as páginas dos jornais todos os dias, encontramos fatos que nos levam a perceber que ainda é insuficiente o alcance dessa determinação legal. Os acidentes de trânsito ocasionados pelos efeitos do uso de bebidas alcoólicas, vêm vitimando milhares de pessoas todos os anos no Brasil. Isso nos leva a crer que é chegada a hora de impedirmos a publicidade comercial desses produtos como forma de preservarmos crianças e jovens numa fase tão suscetível à influências sobre seu comportamento.

Pelo exposto, ofereço essa proposição contando com uma profícua discussão nesta Casa sobre o assunto que ora apresento e ao final conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação dessa matéria.

Sala das Sessões, em 07 de abril de 2010

Deputado NILSON MOURÃO – PT/AC