PROJETO DE LEI Nº , DE 2011

(Do Sr. EDINHO MONTEMOR)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a publicidade de bebidas alcoólicas em locais destinados à prática de desportos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a publicidade de bebidas alcoólicas em locais destinados à prática de desportos.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes modificações:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a três graus Gay-Lussac (NR)."

"Art. 5º A Em relação aos produtos indicados no art. 4º, são proibidas:

I – as chamadas e caracterizações de patrocínio de eventos desportivos e da sua transmissão por qualquer veículo de comunicação social;

II – a propaganda, fixa ou móvel, em estádio, pista, palco ou qualquer outro local, quando destinado à prática de esportes;

III – a propaganda estática em veículos de competição."

Art. 3º Fica revogado o art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É crescente a preocupação com os efeitos da propaganda de bebidas alcoólicas no País, em especial diante do elevado consumo constatado entre os jovens. As limitações à venda do produto a menores parecem ser determinação insuficiente para desestimular seu consumo.

A legislação aplicada à publicidade de bebidas alcoólicas, previsão da Lei nº 9.294, de 1996, é por demais benevolente. Por um lado, ao delimitar as bebidas alcoólicas sujeitas a restrições como aquelas com teor acima de 13 graus Gay-Lussac, libera por completo a propaganda de cervejas e estimulantes. Além do efeito nocivo para a juventude, tal dispositivo não gera interesse na fabricação de cervejas de baixo teor alcoólico, que representariam uma opção adequada para o consumidor.

Por outro lado, a lei é também benevolente quanto à caracterização de patrocínio, admitindo sua veiculação em quaisquer programas alheios à grade rotineira do veículo. A disposição, aplicável também aos produtos do tabaco, merece ser revista, de modo a restringir de modo eficaz a divulgação dessas marcas.

É desejável, a nosso ver, mudar esses dispositivos, para que o combate ao alcoolismo e ao consumo excessivo de bebidas alcoólicas seja bem sucedido em nosso País. Além dos males à saúde, o álcool é responsável por grande número de acidentes de trânsito em nossas ruas e estradas, contribuindo para as tristes estatísticas do Brasil nesse aspecto. E, enfim, é apontado por especialistas de saúde como porta de entrada para o consumo de drogas ilícitas.

Por tais razões, oferecemos à Casa este texto, que modifica dispositivos da Lei nº 9.294, de 1996, tornando mais rigorosa a definição de bebida alcoólica sujeita a restrições e proibindo sua divulgação na forma de patrocínio ou de propaganda em locais destinados a eventos desportivos. Ao coibir a relação entre álcool e desporto, pretendemos contribuir para uma relação mais equilibrada da população com esse hábito de consumo.

Em vista da relevância da proposta, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, indispensável ao debate e à aprovação da iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2011.

Deputado EDINHO MONTEMOR

2011_50