

PROJETO DE LEI N.º ,DE 2011

(Do Sr. GIVALDO CARIMBÃO)

Altera a Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, estendendo as restrições à Propaganda de Bebidas com qualquer teor Alcoólico.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O paragrafo único art. 1º da lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º

Paragrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico medidos em graus Gay Lussac” (NR).

Art. 2º O art. 4º da lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º É proibida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de radio e televisão, internet, outdoor, caminhões de entregas, jornais, revistas e outras formas de mídia impressa”.

Paragrafo único. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência, grafados em fonte Arial, tamanho 10, nos seguintes termos: “O Consumo Excessivo de Álcool Pode Causar Dependência” (NR).

Art. 3º Fica revogado o § 1º do art. 4º da lei 9.224, de 15 de julho de 1996.

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

Justificação

O Relatório da Situação Global sobre Álcool e Saúde, divulgado em 2011, pela Organização Mundial de Saúde (OMS), apresentou um panorama desolador sobre as consequências do uso do álcool. Cerca de 2,5 milhões de pessoas morrem anualmente devido ao consumo de álcool, o equivalente a 4% de todas as mortes no mundo.

No Brasil, segundo o Ministério da Saúde, ainda é pior, o álcool é responsável por 7,2% das mortes – quase o dobro da média mundial. As maiores causas de mortes são problemas cardiovasculares e câncer, duas doenças relacionadas ao álcool. Conforme a publicação da ONU de 2004, o álcool já era considerado o principal causador de sessenta tipos de doenças e ferimentos como: cirrose, epilepsia, envenenamento e diferentes tipos de câncer.

Nas rodovias o álcool segue matando, o balanço da Polícia Rodoviária Federal (PRF), nos seis dias de Carnaval de 2010 contabilizou 143 mortos e nos quatro dias de carnaval de 2011 já havia superado esse número, 166 pessoas perderam a vida, o saldo total desta festividade nas estradas foi ainda maior, chegando a 213 vítimas fatais. O relatório, Operação Carnaval, da PRF divulgado antes da quarta-feira de cinzas mostrou que 347 pessoas embriagadas foram presas. Metade das mortes no trânsito, cerca de dezessete mil vítimas anuais, envolve motoristas embriagados.

Esse quadro não precisa de mais incentivo, pelo contrário, a divulgação e a publicidade de bebida alcoólica seja com qualquer graduação tem que ser proibida. Levantamento feito pela OMS mostrou que os brasileiros com mais de 15 anos consomem o equivalente a 6,2 litros de álcool puro por ano, sendo a média no mundo de 6,13 litros de álcool per capita. A internet, meio de comunicação mais usado entre os jovens, da mesma forma precisa de normas que proíbam a publicidade destas bebidas.

O consumo no Brasil é elevado, superior à média mundial, a cerveja é responsável por 54% de todo o consumo de álcool do mercado nacional, o vinho de 5%. São bebidas com teor alcoólico inferior a treze graus Gay Lussec, ou seja, a propaganda é permitida para 59% de todas as bebidas alcoólicas consumidas no Brasil.

Além desta triste realidade podemos, ainda, agregar ao consumo do álcool mais um componente: como sendo o maior motivador da violência no país. Estudos realizados nos arquivos do Instituto Médico Legal de São Paulo demonstraram uma forte associação entre ingestão de bebidas alcoólicas e a vitimização por homicídio. Esta foi a conclusão do pesquisador, Gabriel Andreuccetti, no trabalho “Uso de álcool por vítimas de homicídio no município de São Paulo”. Após os dados coletados de 2.042 destas vítimas, no ano de 2005, constatou-se que o álcool estava presente em amostras de sangue de 43% delas. Pesquisa da

Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) mostrou a forte correlação entre o álcool e violência nas mortes por motivos fúteis.

O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294/96, procedeu a uma “discriminação” descabida e não atende ao preceito constitucional (art. 220), “garantir à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem das permanentes propagandas e programações da mídia de produtos que possam ser nocivos à saúde”. Do mesmo modo a lei em questão não traz a advertência sobre os malefícios do uso excessivo do álcool como determina a Constituição.

A propaganda constante induzindo ao consumo do álcool arrasta milhões de jovens para o uso contumaz da bebida durante anos levando milhares de pessoas ao vício, e provavelmente reforçarão as estatísticas do Sistema de Saúde, PRF, Polícia Civil, e continuarão desestruturando os lares de milhares de famílias brasileiras.

Nesse sentido propomos a proibição da propaganda comercial de bebidas alcoólicas com qualquer dosagem alcoólica, bem como a inserção nos rótulos das embalagens da advertência que o consumo excessivo de álcool pode causar dependência.

Pelo exposto, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares para aprovação desta proposta que, com certeza, será um avanço para a melhor qualidade de vida e saúde de todos os brasileiros.

Sala das Sessões, ____ de ____ de 2011

Deputado GIVALDO CARIMBÃO