

PROJETO DE LEI Nº , DE 2011

(Do Sr. AROLDE DE OLIVEIRA)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, condicionando a veiculação de anúncios publicitários de bebidas alcóolicas à difusão de mensagens de utilidade pública.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, condicionando a veiculação de anúncios publicitários de bebidas alcóolicas à difusão de mensagens de utilidade pública.

Art. 2º Acrescente-se o art. 4º-B à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

“Art. 4º-B. A propaganda comercial de bebidas alcóolicas, cervejas e produtos assemelhados está condicionada à veiculação de inserções informativas com mensagem de utilidade pública de mesma duração e no mesmo meio de comunicação da propaganda do produto.

§ 1º A inserção informativa com a mensagem de utilidade pública deverá ser produzida pela agência de publicidade contratada para produzir a propaganda, e deve ser elaborada com a mesma qualidade técnica e artística empregada na propaganda.

§ 2º Na propaganda veiculada em canais de televisão aberta e por assinatura, a inserção informativa deverá ser veiculada imediatamente antes ou depois da propaganda do produto e, na propaganda em jornais e

revistas, a veiculação da inserção deverá ser feita na mesma edição do periódico.”

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As empresas publicitárias brasileiras têm se notabilizado pela sua inesgotável capacidade criativa, consagrada em diversos fóruns temáticos internacionais. Somente em 2010, as agências brasileiras conquistaram 57 prêmios no Festival Internacional de Publicidade de Cannes, o que demonstra a maturidade do mercado no País e a dimensão da qualidade do trabalho desenvolvido por essas instituições.

Valendo-se do talento das agências nacionais e da penetração do serviço de televisão aberta no Brasil, empresas dos mais diversos ramos lançam campanhas publicitárias de grande repercussão junto ao público consumidor, colhendo resultados econômicos que compensam em muito os recursos investidos em propaganda. Embora essa dinâmica contribua para o progresso da economia brasileira, a proliferação indiscriminada de anúncios de produtos e serviços de duvidoso interesse social tem efeitos perversos sobre a formação do espírito crítico dos cidadãos. Nesse sentido, a aplicação de modernas técnicas de persuasão na produção de peças publicitárias de bebidas alcoólicas resulta, inevitavelmente, no consumo desenfreado desses produtos. A principal consequência dessa prática é a escalada no número de acidentes e mortes no trânsito.

Além disso, a banalização dos anúncios de cervejas e assemelhados contribui para a *glamourização* do consumo do álcool junto à população infanto-juvenil, estimulando o vício precoce entre nossos jovens. Segundo informações divulgadas pelo *Centro de Referência de Álcool, Tabaco e Outras Drogas*, vinculado à Secretaria da Saúde do Estado de São Paulo, 40% dos adolescentes e 16% dos adultos que procuram tratamento para o alcoolismo experimentaram a bebida antes dos 11 anos de idade.

Para enfrentar essa situação, apresentamos este Projeto de Lei com o intuito de condicionar a publicidade de bebidas alcólicas à difusão de mensagem de utilidade pública com a mesma duração, a mesma qualidade técnica e artística, e no mesmo meio de comunicação em que o

anúncio do produto for veiculado. Para facilitar o cumprimento desse objetivo, determinamos que a inserção informativa seja produzida pela agência de publicidade responsável pela elaboração da propaganda do produto.

A medida proposta, apesar de não superar os imensos malefícios proporcionados pelo álcool, contribuirá para a divulgação de mensagens educativas de grande interesse para a sociedade brasileira, em contrapartida aos efeitos perniciosos do estímulo ao consumo de bebidas. A aprovação do projeto será uma oportunidade para que a virtuosidade de nossas agências publicitárias seja canalizada não somente para o fomento do consumo desmedido, mas também para o cumprimento de finalidades de interesse público mais elevado.

Em virtude dos argumentos elencados, contamos com o apoio dos nobres Pares para o acolhimento do projeto apresentado.

Sala das Sessões, em de de 2011.

Deputado AROLDE DE OLIVEIRA