



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.986, DE 2011

(Da Sra. Sandra Rosado)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para instituir a obrigatoriedade de veiculação de mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-5561/2001.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, para instituir a obrigatoriedade de veiculação de mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool.

Art. 2º. O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

*“Art. 4º
.....*

§ 3º O anunciante deverá, por sua própria iniciativa e a ele cabendo todos os custos diretos e indiretos, veicular mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool, destinando a tais mensagens o mesmo tempo utilizado para a veiculação de propagandas comerciais de seus produtos. (AC)”

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O uso abusivo de bebidas alcóolicas é um grave problema de saúde pública. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o álcool é responsável por quase 4% das mortes registradas em todo o mundo. A letalidade do consumo de álcool é maior justamente entre os mais jovens, especialmente devido a acidentes de trânsito. A OMS calcula ainda que o custo gerado pelo consumo abusivo de álcool chega a US\$ 660 bilhões, ou aproximadamente 2% do Produto Interno Bruto mundial.

Esses são dados estarrecedores, que reforçam a necessidade de se estabelecerem políticas públicas que combatam o consumo nocivo de bebidas alcoólicas. Nesse contexto, é fundamental que sejam aplicadas políticas de informação e educação capazes de disseminar mensagens acerca do uso responsável do álcool. E se é a indústria de bebidas a responsável pela comercialização desses produtos, se é ela quem inunda os meios de comunicação com mensagens publicitárias de estímulo ao consumo, nada mais justo do que a ela impor a obrigatoriedade de veiculação de spots publicitários acerca dos malefícios gerados pelo consumo irresponsável de álcool.

Assim, ofertamos, por meio deste Projeto de Lei, uma obrigatoriedade que vem para estabelecer uma política de compensação dos danos gerados pela venda indiscriminada de bebidas alcóolicas. Com a nossa proposição, passará a ser obrigatória a veiculação, nas emissoras de rádio e televisão, de mensagens educativas alusivas aos malefícios do consumo abusivo de álcool. Ressalte-se que todos os custos diretos e indiretos gerados pela veiculação dessas campanhas educativas caberão exclusivamente aos anunciantes, evitando assim qualquer aumento nos dispêndios governamentais.

Sala das Sessões, em 10 de agosto de 2011.

Deputada SANDRA ROSADO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

.....

**TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL**

.....

**CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o

disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

.....

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. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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
