



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.601, DE 2011

(Do Sr. João Dado)

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 estabelecer limitações adicionais à propaganda comercial de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-3042/1997.

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 estabelecer limitações adicionais à propaganda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

*“Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as **vinte e três** 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 ideias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Não será permitida a afixação de pôsteres, painéis, outdoors e cartazes contendo propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas vias e logradouros públicos, em postos de combustíveis, no interior e nas imediações de eventos que contem com patrocínio de órgãos governamentais e/ou de empresas estatais, em estabelecimentos localizados nas margens de rodovias federais ou em estabelecimentos que sejam frequentados por menores de dezoito anos.

§ 3º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: “Evite o Consumo Excessivo de Álcool. (NR)”

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumo excessivo de bebidas alcoólicas e a associação entre bebida e direção são graves problemas sociais em nosso País. Anualmente, milhares de vidas são perdidas devido ao álcool, seja devido às doenças por ele ocasionadas, seja devido a acidentes de trânsito causados por motoristas alcoolizados.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde – OMS, o uso excessivo de bebidas alcoólicas resulta em mais de 2,5 milhões de mortes anualmente em todo o mundo. O álcool, assim, é o terceiro maior fator de risco para doenças e deficiências, e pode ser atribuído a 4% de todas as mortes registradas no planeta. No Brasil, essa estatística é ainda mais alarmante. Também segundo os dados da OMS, 7,29% das mortes de homens e 1,4% das mortes de mulheres são causadas pelo uso excessivo de álcool.

Portanto, são necessárias políticas públicas intensivas, que possam diminuir as taxas de consumo excessivo de álcool no Brasil. De acordo com a nossa análise, uma boa estratégia é a imposição de limitações adicionais às que já existem em relação à propaganda comercial de bebidas alcoólicas. Diversos estudos realizados em âmbito mundial comprovam a ligação íntima entre a exibição de propagandas de bebidas alcoólicas e a indução ao seu consumo, especialmente entre jovens. Exatamente devido à existência dessas informações, diversas nações no planeta optaram por endurecerem suas legislações relativas à propaganda de bebidas alcoólicas, estabelecendo limitações adicionais.

É exatamente o que pretendo com este Projeto de Lei. Caso aprovada, a proposição estabelecerá que o horário permitido para a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão passará a ser das 23 horas às 06 horas – atualmente, essa faixa vai de 21 horas às 06 horas. Além disso, o projeto proíbe a afixação de pôsteres, painéis, outdoors e cartazes contendo propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas vias e logradouros públicos, em postos de combustíveis, no interior e nas imediações de eventos que contem com patrocínio de órgãos governamentais e/ou de empresas estatais, em estabelecimentos localizados nas margens de rodovias federais ou em estabelecimentos que sejam frequentados por menores de dezoito anos.

Com a certeza da conveniência e oportunidade do presente Projeto de Lei, que irá instituir mecanismos que ajudarão no combate ao uso excessivo de bebidas alcoólicas, conclamo o apoio dos nobres pares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 26 de outubro de 2011.

Deputado João Dado

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 conterà 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 conterà, 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:

.....

.....

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](#))

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
