



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.896, DE 2011

(Do Sr. Roberto de Lucena)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para introduzir restrições à divulgação publicitária de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior, assim como de bebidas alcoólicas, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

§ 1º

.....

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes ou de alcoolistas;

.....

.....

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, bem como as embalagens e rótulos de bebidas alcoólicas, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras, embalagens, rótulos ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

.....” (NR)

Art. 2º O caput do art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, bem como às bebidas alcoólicas, são proibidos:” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Os males decorrentes do tabagismo são diversos, e bem conhecidos já há algumas décadas, tanto que a classe médica e as autoridades sanitárias de todo o mundo vêm adotando diversas medidas para desestimular o hábito.

Nesse particular, nós no Brasil podemos nos orgulhar de ter um dos programas de redução de tabagismo mais bem-sucedidos do mundo. Em 1989, estimava-se uma prevalência de 30% de fumantes na nossa população, percentagem que foi calculada em 15,1% em 2010. Uma redução de cinquenta por cento, e em movimento continuamente descendente.

Uma parte expressiva desse sucesso pode ser sem dúvida atribuída às restrições à publicidade de cigarro e assemelhados estabelecidas pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com as modificações introduzidas por leis posteriores. Hoje, principalmente, não há mais publicidade de cigarros veiculada nos meios de comunicação de massa. O cigarro e o hábito de fumar não adentram mais os lares brasileiros por essa poderosa ferramenta que é a televisão. Como resultado, os jovens e crianças que não têm o cigarro em suas mentes não sentem vontade e não experimentam, nada perdendo e muito ganhando.

Assim como o tabagismo, sabemos que o hábito do etilismo é prejudicial. Além de ser causa de enfermidades, o é também de violência, acidentes e absenteísmo, e as autoridades sanitárias batem-se por reduzir o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil.

O presente projeto busca simplesmente aproveitar medidas que já se mostraram bem-sucedidas em relação ao tabagismo e aplicá-las às bebidas alcoólicas, ação facilitada pelo fato de a publicidade de ambos os tipos de produto ser regida pela mesma lei.

As pequenas modificações aqui propostas visam a estender às bebidas alcoólicas as bem-sucedidas restrições aplicadas aos produtos derivados do tabaco, restringindo sua publicidade e obrigando à veiculação de mensagens esclarecedoras sobre os seus malefícios.

Por estar convicto do mérito da proposição, apresento-a a meus nobres pares e peço os votos necessários para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 08 de dezembro de 2011.

Deputado Roberto de Lucena

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

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. 1º O uso e a propaganda de produtos Fumígenos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 1º Incluem-se nas disposições deste artigo as repartições públicas, os hospitais e postos de saúde, as salas de aula, as bibliotecas, os recintos de trabalho coletivo e as salas de teatro e cinema.

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo. [\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)](#)

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. [\(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa. [\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)](#)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. [\(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)](#)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: [\(Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

I - a venda por via postal; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003\)](#)

IX - a venda a menores de dezoito anos. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003\)](#)

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003\)](#)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3º C, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.702, de 14/7/2003\)](#)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000\)](#)

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3º A, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";

VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";

VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e

VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. [\(Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003\)](#)

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".

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
