



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.218, DE 2012

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Obriga os estabelecimentos que comercializem bebidas alcoólicas para consumo imediato a colocarem mensagem de advertência em seu material promocional e listas de preços.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-981/2011.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica 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”, determinando que os estabelecimentos que comercializem bebidas alcoólicas para consumo imediato coloquem mensagem alusiva em seu material promocional e listas de preços.

Art. 2º O art. 4º-A da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com a redação dada pela Lei nº 11.705, de 19 de junho de 2008, passa a vigorar aditado do seguinte dispositivo:

§ 1º Os bares, lanchonetes, restaurantes e outros locais que comercializem bebida alcoólica para consumo imediato deverão colocar em seu material promocional, listas de preços e cardápios a frase “Se beber, não dirija”.

§ 2º “O Poder Executivo poderá estabelecer, na regulamentação desta lei, a adoção de outras frases alusivas aos riscos de dirigir veículos sob efeito do álcool.”

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumo do álcool, em que pese seus aspectos lúdicos e culturais, tonou-se uma chaga da sociedade brasileira. O consumo excessivo de bebidas alcoólicas e a dependência química do álcool são diretamente responsáveis por inúmeros dramas sociais que levam à violência, à perda de vidas e à incapacidade profissional de milhares de brasileiros. Dificuldades de convivência no trabalho, baixa produtividade, doenças crônicas, acidentes de trânsito, violência doméstica e familiar são alguns desses graves problemas a que nos referimos.

A propaganda de bebidas alcoólicas e a facilidade de acesso nos pontos de venda são fatores que estimulam o consumo

irresponsável do produto, às vezes por jovens despreparados para perceber e controlar seus efeitos.

Uma forma de estimular o consumo responsável é promover a divulgação de mensagens de advertência nos locais de consumo, conscientizando o usuário acerca dos limites ao uso do álcool e dos efeitos resultantes da sua ingestão.

Propomos, nesse sentido, texto que obriga bares, restaurantes e outros locais que ofereçam bebidas alcoólicas a divulgar mensagem de advertência em seus cardápios e peças promocionais, alertando sobre os perigos de dirigir veículos após a ingestão de álcool.

Esperamos, com a iniciativa, contribuir para o complexo debate acerca das limitações ao consumo do álcool, que vem ganhando peso junto à opinião pública e que enfrentará, em 2014, um importante teste, com a edição, no País, do torneio mundial de futebol.

Em vista da importância da matéria, esperamos, pois, contar com o apoio de nossos Pares, indispensável à discussão e aprovação da mesma.

Sala das Sessões, em 15 de fevereiro de 2012

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB

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. 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
