



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.434, DE 2012

(Do Sr. Arnaldo Jordy)

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", alterando o conceito de bebida alcoólica e os horários para a veiculação publicitária.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL 1007/2011.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

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

“Art.1º

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a meio grau Gay Lussac.”

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 zero hora e seis horas.

.....”
.....

Art. 4º - Esta lei entra em vigor 90 dias após a sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O atual texto da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 é extremamente permissivo em relação à caracterização dos produtos reconhecidos como bebida alcoólica e também em sobre os horários de veiculação de publicidade nas emissoras de rádio e televisão.

A caracterização de bebida alcoólica como bebida de teor alcoólico superior a 13 graus Gay Lussac implica na ausência de restrição a publicidade de diversas bebidas. Exemplificando, nesse critério a cerveja não é considerada bebida alcoólica. Dessa forma o disposto contrasta com a determinação do Estatuto da Criança e do Adolescente LEI 8069 de 1990 que veda a venda de bebida alcoólica às crianças. Contrasta também com o bom senso não considerar a cerveja como bebida alcoólica.

Outra questão importante é a o horário de veiculação da publicidade. A nosso ver o limite atual imposto às bebidas alcoólicas permitindo a publicidade entre 21h. e 6h. é muito elástico não atingindo o objetivo de impedir a exposição de crianças e adolescentes a essas peças publicitárias. Assim sendo ampliamos a restrição permitindo esse tipo de propaganda apenas entre 0h (zero horas) e 6h.

Por fim propomos um prazo de 90 dias após a publicação a fim de permitir às empresas a adequação de suas grades publicitárias.

Sala das sessões, 14 de março de 2012.

**Dep. Arnaldo Jordy
(PPS/PA)**

**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 qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

§ 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*)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

.....

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
