



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº 633, DE 1999

(Do Sr. Bispo Rodrigues)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a publicidade de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas nos estádios e em eventos desportivos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 1º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º
....."

§ 1º É vedada a chamada e caracterização de patrocínio dos produtos de que trata este artigo na veiculação de eventos desportivos pelo

rádio e televisão, bem como na propaganda estática em estádios, autódromos e demais locais destinados a eventos desportivos.

.....”

Art. 2º O artigo 6º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 6º É vedada a utilização de trajes desportivos para veicular propaganda dos produtos de que trata esta lei.”

Art. 3º Fica suprimido o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.249, de 15 de julho de 1996.

Art. 4º O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 5º Esta lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representou importante passo na limitação da publicidade de produtos derivados do tabaco e de bebidas alcoólicas, desacelerando, em algumas regiões e classes sociais, o seu consumo. No entanto, as disposições aprovadas à época são insuficientes para manter o tabagismo e o alcoolismo dentro de limites razoáveis.

É especialmente preocupante a associação de cigarros e bebidas alcoólicas aos eventos desportivos. A agressiva propaganda de cerveja, associada sobretudo ao futebol, o que veio a caracterizar a conhecida "guerra das cervejas", é especialmente escandalosa. A cerveja, de fato, é a porta de entrada do jovem para o consumo de bebidas de maior teor alcoólico, resultando nos elevados índices de alcoolismo observados em nosso País. O mesmo pode ser dito em relação à propaganda de cigarros em eventos automobilísticos.

As conseqüências são bem conhecidas: além de enorme sofrimento pessoal e familiar, esses vícios redundam, muitas vezes, em graves enfermidades, tais como o enfisema pulmonar, a úlcera e diversas formas de câncer, cujo tratamento consome, a cada ano, bilhões de reais do sistema público de saúde. As conseqüências fazem-se também sentir nas empresas, afetadas pelo absenteísmo e por problemas de relacionamento com profissionais dependentes.

Tal situação, que alcança níveis de calamidade pública em nosso País, demanda da nossa parte uma firme atitude, no sentido de aperfeiçoar a lei vigente, proibindo em definitivo esse enganoso recurso publicitário, que relaciona vício e saúde, criando uma aura de legitimidade entorno do consumo do álcool e do tabaco.

Preocupado com tão alarmante situação, proponho aos ilustres colegas este texto, que proíbe a publicidade em eventos desportivos em geral, e peço-lhes o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 14 de 04 de 1999.


Deputado BISPO RODRIGUES

**“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 FUMÍGEROS,
BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS
E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º
DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

.....

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.

Art. 6º - É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

.....

.....