



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº 806, DE 1999

(Do Sr. João Caldas)

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", estabelecendo limites adicionais à publicidade de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O *caput* do 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 de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumífero poderá ser feita somente em publicações especializadas em tais produtos e no rádio e na televisão, no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas.

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas poderá ser feita somente em publicações especializadas em tais produtos e no rádio e na televisão, no horário compreendido entre as vinte e duas e as seis horas".

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 cento e vinte dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

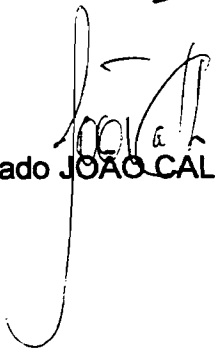
O tabagismo e o alcoolismo configuram-se em graves problemas de nossa sociedade, por criar dependência química e levar ao desenvolvimento de enfermidades graves e de tratamento oneroso. Embora a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, tenha inovado, ao regulamentar a propaganda do tabaco e de bebidas alcoólicas, limitando o crescimento do seu consumo, é preciso prosseguir no combate a tais vícios.

É preocupante a elevada incidência de anúncios de bebidas alcoólicas, em especial a cerveja, porta de entrada para o vício, e de cigarros. O horário previsto em lei para a veiculação dessa publicidade, livre para bebidas alcoólicas até 12 graus Gay-Lussac e a partir das 21 horas para os demais produtos, ainda atinge audiência composta, em boa parte, de jovens.

Para contornar essa indesejável situação, propomos este projeto de lei, que limita ainda mais a publicidade do tabaco e do álcool, restringindo-a a publicações especializadas e ao rádio e televisão, no horário das vinte e duas às seis horas. Retiramos da lei vigente, também, dispositivo que assegura aos fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas de baixo teor o privilégio de veicular livremente os anúncios de seus produtos.

Convencidos da relevância da proposição que ora apresentamos, solicitamos aos nobres Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 04 de 05 de 1999.


Deputado JOÃO CALDAS

**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.

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 fumíferos, 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º. É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumífero, 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, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 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 esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

§ 2º. A propaganda conterà, nos meios de comunicação e em função de suas

características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V - evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º. As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2º conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 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. Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

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 veículo 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 Alcool".

Art. 5º. As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 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 identificados 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.

.....

.....