CÂMARA DOS DEPUTADOS

*PROJETO DE LEI N.º 4.846-A, DE 1994

(Do Sr. Francisco Silva)

Urgência – § 1º do art. 64 da CF (ao PL 2733/08, apensado)

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas. Pendente de parecer da Comissão Especial.

DESPACHO:
CONSTITUA-SE COMISSÃO ESPECIAL, NOS TERMOS DO ART. 34, II, RICD (COMISSÕES DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA; DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA)

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

SUMÁRIO

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 1602/96, 3037/97, 3042/97, 3380/97 (4258/98, 4333/98, 4680/98, 1346/99), 3497/97, 3626/97 (3852/97, 1004/99, 1175/99 (1168/03)), 3858/97, 3869/97, 3993/97, 4062/98, 4111/98, 4160/98, 4204/98, 4215/98, 4469/98, 4528/98, 4538/98, 4618/98, 4705/98, 4796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 964/99, 1056/99, 1100/99, 1151/99, 1160/99, 1277/99, 1382/99, 1408/99, 1490/99, 1512/99, 1599/99, 1706/99, 1761/99, 1893/99, 1923/99, 1955/99, 1982/99, 2017/99, 2090/99, 2130/99, 2185/99, 2334/00, 2365/00, 2389/00, 2417/00, 2468/00, 2613/00, 2786/00, 2833/00, 2908/00, 2919/00, 3000/00, 3067/00, 3089/00, 3114/00, 3152/00, 3262/00, 3354/00, 3423/00, 3451/00, 3463/00, 3563/00, 3619/00, 4046/01 (556/03), 4062/01, 4273/01, 4424/01 (928/03), 4461/01, 4532/01, 4745/01, 4791/01, 4839/01, 4955/01, 5121/01, 5140/01, 5464/01, 5528/01, 5561/01, 5708/01, 5792/01, 5834/01,

---

(*) Republicado em virtude de nova apensação (5/5/2008)
OBSERVAÇÃO: o PL 3.380/97, apensado, tem parecer da CDCMAM.

5973/01, 6017/01, 6218/02, 6343/02, 6622/02, 6729/02, 6971/02, 7332/02, 200/03, 204/03 (504/03), 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03 e 871/03

III – Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:
- emendas apresentadas ao Projeto (02) – em 1995
- emenda apresentada ao Projeto – em 1999
- parecer do relator
- 1º substitutivo oferecido pelo relator
- complementação de voto
- 2º substitutivo oferecido pelo relator
- parecer da Comissão
- substitutivo adotado pela Comissão

IV – Novas apensações: 983/03, 1171/03, 1433/03, 1657/03, 1774/03, 1788/03, 1789/03, 1880/03, 1915/03, 1945/03, 1998/03, 2089/03, 2268/03, 2665/03, 2807/03, 3311/04, 3315/04, 3321/04, 3474/04, 3529/04, 3682/04, 3919/04, 4112/04, 4391/04, 4549/04, 3080/04, 4407/04, 4721/04, 4921/05, 5713/05, 6329/05, 6379/05, 6643/06, 6807/06, 7640/06, 1002/07, 1016/07, 1066/07, 1925/07, 2026/07, 2035/07, 2134/07, 2369/07, 2549/07, 2658/07, 2733/08, 2746/08, 2760/08, 2833/08, 2840/08, 3.010/08 e 3.164/08

V – Emendas de Plenário (7)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art.1º É vedado à publicidade comercial de bebidas alcoólicas e efetuar qualquer conexão entre bebidas e práticas desportiva.

§ 1º Toda publicidade comercial de bebidas alcoólicas deverá conter, no seu término, a seguinte advertência : "O consumo de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde".

§ 2º No caso de televisão a expressão prevista no parágrafo anterior deverá ser audiovisual.

§ 3º A mesma advertência de que trata o parágrafo anterior será incluída na publicidade em jornais, revistas e através das emissoras de radiofusão.

§ 4º A publicidade comercial de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão só poderá ser realizada após às 22 (vinte e duas) horas.

Art.2º É vedada a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios de esportes.

Art.3º Não é permitida a comercialização de bebidas alcoólicas em estabelecimentos de qualquer natureza às margens das rodovias federais.

Art.4º A inobservância a qualquer das disposições desta lei sujeitará os infratores a multa de dois mil reais.

Parágrafo único No caso de reincidência, a multa será aplicada em dobro.

Art.5º O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de sessenta dias, dispondo, inclusive sobre a forma de fiscalização de seu cumprimento.

Art.6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art.7º Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, aos

JUSTIFICAÇÃO

Ingenuamente, muitas pessoas pensam que o consumo de bebidas alcoólicas não configura vício ou dependência química.

Entretanto, é tudo isso e muito mais: a própria Organização Mundial de Saúde, órgão vinculado à ONU já catalogou o alcoolismo como doença, denominada Síndrome de Dependência Alcoólica.

Trata-se de um problema mundial, mas no Brasil vem assumindo proporções epidêmicas.

De fato, em nosso País não apenas adultos, mas inúmeros adolescentes que acabam sendo aliciados para o consumo de bebidas alcoólicas, tornando-se com rapidez, dependentes.

O pior é que as estatísticas comprovam que pelo menos cinqüenta e dois por cento dos acidentes do trabalho, que causam enormes prejuízos à economia nacional, são provocados pelo consumo excessivo de bebidas.

É preciso por conseguinte, que todo um elenco de providências seja urgentemente adotado, a fim de reverter esse quadro dramático, pois é inadmissível que até crianças tenham suas vidas destruídas pelo consumo de álcool, sabendo-se que são vítimas de espancamentos causados por pais alcoolizados.

Com esse objetivo precípuo elaboramos esta proposição, que dentre as medidas para atenuar os efeitos da perniciosa publicidade comercial de bebidas alcoólicas, determina que é vedada a conexão entre seu consumo e o esporte, pois ambos são antinômicos, mas freqüentemente utilizados para enganar o consumidor..

Além disso, o projeto estabelece que a propaganda de bebidas só poderá ser realizada, no rádio e na televisão, após as 22 horas, contendo sempre a advertência: "O consumo de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde", que deverá ser lida por um locutor, para que seja passada na

íntegra, atingindo inclusive aos deficientes visuais e àqueles que não sabem ler, sabendo-se que qualquer mensagem deve ser lida para melhor fixação.

Também é proibida a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios esportivos, onde é grande a quantidade de crianças e adolescentes, e a venda do produto às margens das rodovias federais.

Como se sabe, o álcool é causador de significativo número de acidentes de trânsito, e, portanto, não é admissível a sua venda nas estradas de rodagem federais. Aliás, isso já ocorre em vários países e também em Estados brasileiros, como São Paulo.

São, ainda, estabelecidas penalidades aos infratores de suas disposições, a fim de que a iniciativa tenha a indispensável eficácia.

Por todo o exposto, temos plena convicção de que a propositura haverá de merecer acolhimento.

Sala das Sessões, aos 06.12.94

Deputado **FRANCISCO SILVA**

DECISÃO DA PRESIDÊNCIA

Transfira-se ao Plenário a competência para apreciar o Projeto de Lei nº 4.846/94, nos termos do art. 24, inciso II, alínea "e" do Regimento Interno, devendo a CCJR pronunciar-se quanto ao mérito da Proposição (art. 32, inciso III, alínea "d" do RICD). Publique-se.

Brasília, 15 de março de 2000.

MICHEL TEMER
Presidente

Ref. REQ nº 842/2003 – Deputada ANGELA GUADAGNIN

Nos termos do art. 141 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, defiro o pedido de redistribuição de proposição e revejo o despacho anteriormente aposto ao PL nº 4846/1994, para incluir a CSSF entre as Comissões competentes para examinar-lhe o mérito, em decorrência do que determino a constituição de Comissão Especial nos moldes do art. 34, II, do RICD. Oficie-se ao Requerente e, após, publique-se.

Em 30/06/03

JOÃO PAULO CUNHA

Presidente

REQUERIMENTO Nº 242/2003
(Da Sra. Angela Guadagnin)

Requer redistribuição do PL 4846/94 de autoria do deputado Francisco Silva 'que estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas' e seus apensados à Comissão de Seguridade Social e Família.

Sr. Presidente,

Requeiro nos termos dos art. 139,II, a e 32,XII,a,c,d do Regimento Interno desta Casa, que o PL 4846/1994 de autoria do Sr. Francisco Silva, 'Que estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas' e seus apensados seja redistribuído para apreciação pela Comissão de Seguridade Social e Família.

O consumo de bebidas alcoólicas tem conseqüências alarmantes sobre a saúde dos cidadãos. Correlacionando apenas o alcoolismo com os acidentes de trânsito, chegaremos a custos da cifra de bilhões de reais para o Sistema Único de Saúde. Não se resume a este o prejuízo causado pelo álcool. A perda de produtividade destes indivíduos, a desestabilização das famílias, o impacto sobre o sistema previdenciário, e outras intercorrências que geram transtornos de todas as ordens. Não podemos nos furtar de discutir também os crescentes índices de alcoolismo na adolescência, que segundo pesquisas, tem servido de porta aberta para o consumo de drogas ilícitas. É imperativo que o colegiado da Comissão de Seguridade Social e Família discuta formas preventivas de tratar o problema, pois não temos apenas que restringir o consumo, mas também propor ações e políticas de saúde para enfrentar esta verdadeira epidemia.

DEPUTADA ANGELA GUADAGNIN
Presidente da Comissão de Seguridade Social e Família

PROJETO DE LEI Nº 1.602, DE 1996

(DO SR. ARY KARA)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos comerciais situados em terrenos contíguos às faixas de domínio do Departamento Nacional de Estradas de Rodagem.

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

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1° - Os estabelecimentos comerciais situados em terrenos contíguos às faixas de domínio do Departamento Nacional de Estradas e Rodagem não poderão vender ou servir bebidas com qualquer teor alcoólico.

Art. 2° - Os representantes dos estabelicimentos comerciais citados no artigo anterior deverão encaminhar ao DNER - Departamento Nacional de Estradas e Rodagem, compromisso por escrito, no sentido de não comercialização de bebidas com qualquer teor alcoólico.

Art. 3° - Os infratores terão cancelada a autorização para acesso às rodovias, pelo prazo de trinta a noventa dias.

Parágrafo Único. Na reincidência, a penalidade aplicada em dobro.

Art. 4° - A autorização que já tiver concedida, será cancelada, independentimente de notificação, se o respectivo estabelecimento não apresentar ao Órgão concedente o compromisso a que alude o art. 2°, no prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da publicação desta Lei.

Art. 5° - Esta Lei entra em vigor a partir da data de sua publicação.

Sala das Sessões, em 6 de maio de 1996

ARY KARA
Deputado Federal
PMDB/SP

JUSTIFICAÇÃO

O Brasil destaca-se internacionalmente como campeão em acidentes de trânsito fatais, e o consumo de bebidas alcoólicas pelos motoristas tem sido o responsável por grande flagelo de muitas famílias no Brasil. Tal fato ficou claro quando, após promulgação da Lei Estadual em São Paulo, com o mesmo objetivo deste projeto, qual seja, a proibição de venda de bebidas com qualquer teor alcoólico às margens das rodovias, o número de acidentes rodoviários caiu sensivelmente.

Estatísticas comprovam que a ingestão de bebidas alcoólicas retarda os reflexos dos motoristas, além de causar uma falsa sensação de segurança, fazendo com que o motorista bêbado dirija em altíssima velocidade. Causa acidentes terríveis e ceifa vidas de outras pessoas que viajam pelas nossas rodovias, que por si só já causariam acidentes devido ao péssimo estado de conservação das mesmas.

Diante do quadro do alcoolismo no país, tal iniciativa no sentido de restringir o consumo de bebidas alcoolicas deve ser benvindo. Quando se associa a patologia do alcoolismo com a sua conseqüente irresponsabilidade, à condução de veículos, o resultado é a morte e o ferimento de milhares de pessoas inocentes. São Paulo deu o exemplo, trazendo a Lei Estadual 4.855 que, ao contemplar o objeto do presente projeto a nível estadual, poupou muitas vidas, diminuindo o número de acidentes rodoviários.

Submeto, assim, aos meus pares nesta Casa do Congresso Nacional, este Projeto de cunho humanitário, sem cores partidárias, que irá trazer grandes benefícios à população brasileira.

Sala das Sessões, em 6 de Maio de 1996.

ARY KARA
Deputado Federal

PROJETO DE LEI Nº 3.037, DE 1997
(DO SR. ROBSON ROMERO)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, proibindo a propaganda de bebidas alcoólicas e produtos derivados do tabaco em eventos esportivos.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O artigo 5° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 5° Fica proibida a propaganda estática de produtos derivados do tabaco e de bebidas alcoólicas em estádios, ginásios, autódromos e locais similares."

Art. 2° O artigo 6° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 6° É vedada a utilização de trajes esportivos e veículos de competição para difundir a propaganda dos produtos de que trata esta lei.".

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

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição promulgada em 1988, em seu artigo 220, estabeleceu restrições à veiculação de publicidade de produtos do tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e agrotóxicos, reconhecendo na utilização indiscriminada de tais produtos uma importante causa de enfermidades graves, cujo tratamento onera em demasia o sistema público de saúde e prejudica as relações familiares e profissionais do usuário.

Ao aprovar a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", o governo reconheceu a orientação constitucional, oferecendo à sociedade um eficaz mecanismo de limitação à publicidade desses produtos.

Algumas das disposições daquela Lei têm-se revelado, porém, insuficientes. Entre estas, cabe citar a liberdade de anunciar a marca de produtos potencialmente danosos à saúde e ao meio ambiente nos espaços publicitários de estádios e autódromos e na roupa de atletas. Por este meio, chega ao espectador de televisão informação sobre marcas e logotipos de embalagens desses produtos, estimulando-se assim o seu consumo.

Tais espaços publicitários possibilitam a formação de novos consumidores, possibilitando a retomada dos índices históricos de uso de bebidas alcoólicas e produtos do tabaco. Buscando modificar tal situação, apresentamos esta proposta que introduz modificações na Lei nº 9.294/96, de modo a eliminar a publicidade de tabaco e de bebidas alcoólicas nos locais e vestimentas destinadas à prática de esportes.

Estaremos, desta forma, acompanhando a tendência de diversos países desenvolvidos, que eliminaram por completo do rádio e da televisão a publicidade de tais produtos. Esperamos, em suma, contribuir para o aperfeiçoamento dessa Lei tão importante para nosso País e contamos, para tal, com o apoio dos nobres colegas Deputados a esta iniciativa.

Sala das Sessões, em 14 de abril de 1997

Deputado ROBSON ROMERO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

CONSTITUIÇÃO

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

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 § 4 DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

* *Regulamentada pelo Decreto n. 2.018, de 01/10/1996.*

.....

Art. 5º - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2 e 4, 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.042, DE 1997
(DO SR. MARÇAL FILHO)

Modifica dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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, e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica suprimido o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 2º O *caput* do artigo 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos e demais produtos derivados do tabaco somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e três horas e as quatro horas.".

Art. 3º O *caput* do artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

" Art. 4° A propaganda de bebidas alcoólicas somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e três horas e as quatro horas."

"Art. 4° Fica suprimido o § 2° do art. 5° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996.

" Art. 5° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

" Art. 6° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO.

A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que " dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", representou importante conquista da sociedade brasileira, que passou a dispor de instrumento eficaz para combater a publicidade de produtos danosos, ou potencialmente prejudiciais, à saúde e ao meio ambiente.

Após curto espaço de tempo, porém, já é possível percebermos a necessidade de aperfeiçoarmos ainda mais o texto por nós aprovado. Preocupa-nos, em particular, a superexposição do espectador à publicidade de bebidas alcoólicas de baixo teor, mas que podem, ainda assim, tornar-se vetores de difusão do alcoolismo. Tal publicidade agride abertamente todas as disposições vigentes para os demais produtos de que trata a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1966, associando o consumo à prática de esportes, inclusive com a utilização de trajes esportivos, e a associação à nudez feminina ao êxito pessoal e ao desempenho sexual.

Preocupados com as conseqüências danosas de tais peças publicitárias, que estimulam o aumento incontrolável de consumidores de bebidas alcoólicas e de cigarros ou de qualquer outro produto fumígero, apresentamos esta proposição que introduz pequenas, mas importantes modificações na lei vigente. O objetivo que buscamos atingir é o de restringir ainda mais o horário de veiculação da propaganda dos produtos aqui considerados, eliminando virtualmente a exposição da criança e do adolescente que, às vinte e uma horas, ainda representa razoável parcela da audiência de rádio e televisão.

Sabemos também que, com a globalização dos hábitos e costumes, através da INTERNET, ações inibidoras desses produtos que disseminam os vícios do fumo e da bebida de grande teor alcoólico ficam mais difíceis. Contudo, ações conjuntas do Estado com a sociedade civil tornarão possíveis eliminar estes abusos. Também buscamos eliminar, através da supressão do parágrafo único do art. 1° e do § 2° do art.5° da Lei n° 9.294/96, o inexplicável privilégio concedido aos produtores de bebidas leves para usufruírem plenamente de todas liberdade na veiculação de publicidade e da qual estão, infelizmente, exagerando.

Diversos países desenvolvidos, nos quais a indústria de bebidas tem grande importância econômica e relevante tradição cultural, eliminaram por completo do rádio e da televisão a publicidade de tais produtos. É o reconhecimento dos danos que o seu uso abusivo causa à sociedade, na forma de doenças, absenteísmo ao trabalho e degradação da relações familiares e sociais. Desejamos, com as modificações propostas, contribuir para o aperfeiçoamento da nossa programação de rádio e televisão, veiculando ao espectador um conteúdo que atenda a adequados padrões culturais e educacionais. Esperamos, nesse sentido, contar com o necessário apoio dos nobres colegas.

Sala das Sessões, em de de 1997.

24/04/97

Deputado MARÇAL FILHO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

CONSTITUIÇÃO
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

LEI 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 § 4° DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Art. 1° - O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 § 4° 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. 3° - 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.

.....

Art. 4° - Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

Art. 5° - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

.....

§ 2° - Nas condições do "caput", as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do Art. 3° desta Lei.

.....

Ref. Of. 209/2001-P, de 30/05/01 - CSSF

Defiro. Apense-se o PL 3.380/97 e seus apensados ao PL 4.846/94. De outra parte, revejo o despacho de distribuição do PL 3.380/97 e de todos os que estavam a ele apensados, para determinar como competentes quanto aos aspectos de mérito apenas as seguintes Comissões: CCTCI; CEIC e CCJR. Oficie-se à requerente e, após, publique-se.

Em: 21/06/01

AÉCIO NEVES
Presidente

COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

Ofício nº 209/2001-P

Brasília, 30 de maio de 2001.

Senhor Presidente,

Solicito a Vossa Excelência determinar, segundo dispõem os artigos 142 e 143 do Regimento Interno, **a tramitação conjunta dos Projetos de Lei nºs 4.846, de 1994**, do Sr. Francisco Silva, que " Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas " e **3.380, de 1997**, da Srª. Dalila Figueiredo, que "altera o § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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", por versarem matéria análoga, tendo em vista Requerimento do Deputado Serafim Venzon, cópia em anexo.

Respeitosamente,

Deputada **LAURA CARNEIRO**
Presidente

A Sua Excelência o Senhor
Deputado **AÉCIO NEVES**
Presidente da Câmara dos Deputados
Nesta

PROJETO DE LEI N.º 3.380, DE 1997

(Da Sra. Dalila Figueiredo)

Altera o § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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; tendo parecer: da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, pela aprovação dos de nºs 4.680/98 e 1.346/99, apensados, com substitutivo, e da emenda apresentada ao substitutivo, e pela rejeição deste e dos de nºs 4.258/98 e 4.333/98, apensados (relatora: DEP. ALCIONE ATHAYDE)

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4.846/94.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: PLs 4.258/98, 4.333/98, 4.680/98 e 1.346/99

III - Na Comissão Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias:
- parecer da relatora
- substitutivo oferecido pela relatora
- emenda apresentada ao substitutivo
- parecer ao PL 1.346/99, apensado, e à emenda apresentada ao substitutivo
- 2º substitutivo oferecido pela relatora
- complementação de voto
- 3º substitutivo oferecido pela relatora
- parecer da Comissão
- substitutivo adotado pela Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes incisos:

"Art. 3º.....

§ 1º .....

§ 2º .....

VII - fumar pode matar;

VIII - a nicotina vicia."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, veio disciplinar, entre outras coisas, a propaganda de produtos fumígeros, atendendo à disposição constitucional.

A citada lei obriga a que, na propaganda de produtos fumígeros, constem advertências ao consumidor sobre os males que esses produtos podem lhe causar. No entanto, em nosso entendimento, as advertências constantes da lei são insuficientes para informar corretamente o consumidor das reais consequências que o consumo de tabaco traz para sua saúde.

Recentemente, as poderosas empresas multinacionais do fumo, sediadas nos Estados Unidos da América do Norte, têm proposto acordos ao governo desse país, para evitarem a possibilidade de serem alvo de milhões de ações na justiça, onde consumidores pleitearíam indenizações milionárias pelos danos provocados pelo tabaco à sua saúde.

Nesse acordo, a indústria de produtos fumígeros concordaria em colocar, na embalagem de seus produtos, advertências mais incisivas a respeito dos prejuízos que o uso do tabaco pode trazer à saúde; do tipo: "O cigarro mata" e "A nicotina vicia". Em troca, ficaria livre de qualquer ação de indenização por dano à saúde proposta por consumidores. Pois, com essas informações, eles já estariam suficientemente avisados dos riscos envolvidos no uso do produto, isentando os fabricantes de qualquer responsabilidade.

Em nosso entendimento, o fato de os maiores fabricantes de produtos fumígeros do mundo admitirem publica e oficialmente o que a maioria das pessoas já sabe, ou seja, que a nicotina vicia e que o consumo de tabaco acelera a morte das pessoas, comprova que a Lei brasileira que rege o assunto, apesar de recente, está ultrapassada, sendo imprescindível que tais advertências cheguem ao consumidor brasileiro nas embalagens desses produtos, sob pena de praticarmos a política do obscurantismo.

Pelo acima exposto, espero que os ilustres membros desta Comissão apreciem favoravelmente este projeto de lei.

Sala das Sessões, em 10 de 07 de 1997.

Deputada DALILA FIGUEIREDO

"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. 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.

.....

§ 2º - A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.258, DE 1998
(DO SR. MOISÉS BENNESBY)

Dispõe sobre a advertência em embalagens de produtos fumígenos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Todas as embalagens de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, ou de qualquer outro fumígeno, deverão trazer a seguinte advertência impressa de forma legível e ostensiva: O FUMO FAZ MAL À SAÚDE.

§ 1º A exigência de que trata este artigo é ostensiva a todos os materiais que façam difusão ou propaganda de produtos fumígenos de qualquer espécie.

§ 2º A advertência pode ser também falada comforme a natureza de peça publicitária ou difusora.

Art. 2º O Poder Executivo regulametará esta lei em até 120 (cento e vinte) dias da sua publicação.

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

Art. 4º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

As frases de advertência atualmente impressas nas embalagens dos cigarros e assemelhados, por força da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, não têm força persuasiva, não afirmam um dano certo e evidente aos fumantes.

Vejamos um exemplo: "O ministério da Saúde adverte: fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral". A frase indica apenas uma possibilidade de vir a ocorrer tais problemas tirando a assertividade da mensagem que fica frágil, diluída. O indivíduo, como é próprio da natureza humana, sempre acha que com ele não vai acontecer nada, que a probabilidade não o escolherá para um dano tão sério à sua saúde.

Está amplamente e definitivamente comprovado, em inúmeros trabalhos científicos de reconhecimento incontestável, que o fumo efetivamente provoca, de forma direta, diversas e graves maleficios ao organismo humano. A variação ocorre em função das características das pessoas, genéticas ou não, da quantidade de cigarros que fumam e assim por diante. Entretanto, como regra, todos os fumantes serão inexoravelmente prejudicados de alguma forma pelo consumo de rais produtos.

A organização Mundial da Saúde, baseada em extensa literatura médica sobre a relação entre o fumo e o infarto do miocárdio, indica, por exemplo, que o vício de fumar concorre com 25% para a mortalidade de doenças coronarianas. Ou seja, o indivíduo estará certamente prejudicado, em maior ou menor grau, conforme sua suscetibilidade, mas estará afetado sempre.

São este os motivos que nos levam a apresentar este Projeto de Lei visando que a mensagem de advertência nas embalagems dos produtos fumígenos seja mais afirmativa, mais efetiva e direta quanto aos prejuízos que pode provocar.

Esperamos, pois, pela atenção dos ilustres colegas desta Câmara dos Deputados para a aprovação desta propositura que entendemos ser significativa relevância social.

Sala das Sessões, em 17 de 03 de 1998.

Deputado Moisés Bennesby

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. 1º - O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 fumígero, 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 do 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.333, DE 1998
(DO SR. FERNANDO ZUPPO)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O art. 3° da Lei n° 9.294 , de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 3° É proibida a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero.

Parágrafo único. As embalagens dos produtos de que trata este artigo, exceto se destinadas à exportação, conterão advertência escrita, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva, 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."

Art. 2° O Poder Executivo regulamentará as disposições desta lei no prazo de trinta dias, contados de sua publicação.

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

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Em recente acordo com o governo norte-americano, as indústrias do tabaco comprometeram-se a pagar elevadas multas, para cobrir os gastos do sistema de saúde com doenças derivadas do tabagismo. É o reconhecimento de que o consumo do cigarro provoca enfermidades graves e de tratamento oneroso, tais como o câncer, o enfisema pulmonar e a úlcera de estômago. Estima-se que as perdas devidas ao tratamento dessas doenças pelo sistema público de saúde chegue, em nosso País, à casa de alguns bilhões de dólares ao ano. Isto sem levar em consideração os prejuízos decorrentes da perda de produtividade do enfermo, das licenças de trabalho e do absenteísmo.

No combate ao tabagismo, esta Casa aprovou a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que impôs limitações à publicidade dos produtos fumígeros. Trata-se,

porém, de um mero passo inicial que tem sido ludibriado pela criatividade das agências de publicidade.

A iniciativa que ora propomos busca limitar, ainda mais, o acesso do jovem ao tabagismo, através da proibição da publicidade de cigarros e demais produtos derivados do tabaco.

Entendemos que esta iniciativa acompanha a tendência mundial de controle do consumo de produtos fumígeros e, por sua importância, conclamamos os nobres Pares a assegurar o necessário apoio à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 26 de 03 de 1997

Deputado FERNANDO ZUPPO

"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. 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.

§ 2° - A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° - 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.680, DE 1998
(DO SR. JOSÉ PINOTTI)

Modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a propaganda de produtos do tabaco.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei modifica a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a propaganda de produtos derivados do tabaco nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

Art. 2° O artigo 3° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 3° A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo e demais produtos derivados do tabaco 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.

§ 1° Fica proibida a propaganda dos produtos referidos no caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

§ 2° A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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.

§ 3° A advertência de que trata o parágrafo anterior será acompanhada de locução, quando assim o possibilitar o meio de comunicação utilizado para a sua veiculação.

§ 4° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no § 2°.

§ 4° As cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deverão ser escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

§ 5° É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 3° Fica suprimido o § 2° do art. 5° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 4° Esta lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A sociedade brasileira continua a sofrer com os danos provocados pelo tabagismo. Estima-se que, a cada ano, cerca de 100.000 óbitos estejam relacionados com doenças decorrentes desse terrível vício.

A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", representou importante avanço no controle do tabagismo e do alcoolismo, mas representa, ainda, esforço insuficiente, diante da expansão do consumo de cigarros em nosso País. É preciso

incorporar a esse texto legal as lições que aprendemos durante esses dois anos de sua aplicação.

Particularmente relevante é a pressão da publicidade do tabaco no rádio e na televisão. Os símbolos utilizados nessas inserções publicitárias, tais como o caubói, o simpático camelo de desenho animado, as belas jovens ou os praticantes de esportes radicais, voltam-se ao público jovem, buscando criar um clima favorável ao tabagismo, estimular a falaciosa filosofia de uma "livre escolha" e seduzir novos consumidores.

Essa forma de propaganda logra, inteligentemente, contornar as restrições da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Trata-se de prática enganosa para o consumidor, perniciosa à sociedade e perpetuadora do alcance conquistado pelo cigarro junto ao público brasileiro, associando o seu consumo à prática de esportes, inclusive com a utilização de trajes esportivos, e a associação com o êxito pessoal e o desempenho sexual.

Apresentamos, pois, esta proposição que introduz modificações na lei vigente, proibindo a publicidade do tabaco no rádio e na televisão, de modo a evitar a exposição da criança e do adolescente à propaganda do tabaco. Acompanharemos, dessa forma, as disposições já vigentes nos EUA, na França e em outros países europeus.

Esperamos, dessa forma, contribuir com o aperfeiçoamento dessa legislação inovadora e tão importante para a nossa saúde pública. Cientes que estamos da importância da iniciativa, pedimos aos nobres colegas o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 01 de JULHO de 1998

Deputado JOSÉ PINOTTI

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 4° - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

.....

.....

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. 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.

§ 2° - A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° - 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5 - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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. 5° - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

§ 1° - As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° - Nas condições do "caput", as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.346, DE 1999
(DO SR. PAULO MARINHO)

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

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.380, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 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 fumígero, derivado ou não do tabaco, somente será permitida na imprensa escrita, excetuados os periódicos que se destinarem, ainda que parcialmente, ao público infantil ou juvenil, e em painéis, cartazes e outdoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação.

§ 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 atribuir aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito assemelhado;

III – não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas ou insinuar aumento de virilidade ou feminilidade nas pessoas fumantes;

IV- esportes, nem não associar o uso do produto à prática de sugerir ou induzir o seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegal

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se

§ 2° A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 meles à sua saúde;

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no parágrafo anterior.

§ 4° As Cláusulas de advertências a que se refere o § 2° deverão ser escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

§ 5° A publicidade dos produtos referidos neste artigo em painéis, cartazes e outdoors ficará restrita à apresentação da marca, logomarca ou logotipo, sendo vedada a sua colocação a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 2° O artigo 4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4° A propaganda comercial de bebidas alcoólicas somente será permitida na imprensa escrita, excetuados os periódicos que se destinarem, ainda que parcialmente, ao público infantil ou juvenil, e em painéis, cartazes e outodoors, ficando proibida nos demais meios de comunicação.

§ 1° A propaganda comercial de bebida alcoólica não poderá associar o produto à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade , à condução de veículos e a idéias ou imagens de sexualidade, ou sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, ou em locais ou situações perigosas ou ilegais.

§ 2° È vedada a participação de crianças ou adolescentes na propaganda comercial de bebidas alcoólicas.

§ 3° A propaganda conterá advertência escrita sobre os efeitos decorrentes do consumo do alcoól, através das seguintes frases, usadas seqüêncialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva:

I – não dirija após ingerir bebida alcoólica;

II – o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

III – o consumo do álcool durante a Gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

§ 4° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no parágrafos anterior.

§ 5° A publicidade dos produtos referidos neste artigo em painéis, cartazes e outodoors ficará restrita à apresentação da marca, logomarca ou logotipo, sendo vedada a sua colocação a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos."

Art. 3° O art. 5° da Lei n° 9.249, de 15 de Julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts 2° e 4° desta lei, quando feitas em veículos de competição, ficarão restritas á identificação da marca ou logotipo do produto, sem recomendações dos seu consumo.

Parágrafo único. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática em estádios e locais assemelhados."

Art. 4° O art. 6° da Lei n° 9.249, 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 6° É vedada a utilização de uniformes de competição e trajes ou acessórios desportivos para a publicidade dos produtos de que trata esta Lei."

Art. 5° Fica suprimido o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.249, 15 de julho de 1996.

Art. 6° O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 7° Esta Lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O tabagismo e o alcoolismo continuam a ser graves doenças sociais. O consumo abusivo do álcool, alavancado pela agressiva campanha das cervejarias, tem aumentado em nosso País, principalmente entre os mais jovens. A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, representou importante passo na limitação a essa tendência, ao impor restrições à publicidade dos produtos fumígeros e das bebidas alcoólicas. Trata-se, porém, de um mero passo inicial no controle desses vícios que são responsáveis, segundo conceituadas pesquisas da área de saúde, por diversos males, dentre as quais o enfisema pulmonar, a úlcera e diversas formas de câncer.

O governo brasileiro vê, a cada ano, bilhões de reais serem gastos com o tratamento dessas doenças pelo sistema público de saúde. Perdem também as empresas, vitimadas pelo absenteísmo e por problemas de relacionamento com profissionais dependentes. É atingida, igualmente, a família brasileira, vitimada pela violência doméstica provocada pelo alcoolismo.

Trata-se de situação que demanda *ulteriores providências* da nossa parte, no sentido de tornar mais rigorosa a legislação relativa à publicidade desses produtos. Se a propaganda não convence o indivíduo, cria uma aura de *legitimidade entorno* do consumo do álcool e do tabaco, estimulando o vício e a dependência química.

Cientes dessa situação, propomos aos ilustres colegas Deputados este texto, que procura aperfeiçoar a Lei vigente, tornando mais restritiva a publicidade de tabaco e das bebidas alcoólicas. Pretendemos, sobretudo, que a propaganda audiovisual, veiculada no rádio, na televisão e nos canais por cabo, seja banida, evitado-se dessa forma, que a mídia que maior penetração e maior persuasão seja utilizada para estimular o consumo desses perniciosos produtos.

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

Sala de Sessões, em 30 de 06 de 1999.

Paulo Marinho
Deputado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art.221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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 fumígeros, 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 fumígero, 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.

§ 2°. A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3°. 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4°. Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5°. Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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. 4°.Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1°. 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.

§ 2°. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5°. As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4°, 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.

§ 1°. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2°. Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

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

Art. 7°.A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser fita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1°. Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências, quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2°. A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3°. Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1° deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4°. Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art. 8°.A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicaçãosobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9°.Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa de R$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinqüenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1°. As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2°.Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3°. Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Art. 10.O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11.Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12.Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobim

Arlindo Porto

Adib Jatene

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MEIO AMBIENTE E MINORIAS

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe, de autoria da ilustre Deputada Dalila Figueiredo, acrescenta ao § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294/96, os incisos VII e VIII. O citado § 2º determina que a propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através de frases de advertência que relacionam o fumo a diversas doenças. Essas frases, sempre precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte", são enumeradas em seis incisos e podem ser usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo, nesta última hipótese, variar no máximo a cada cinco meses. Os incisos VII e VIII acrescentados pela proposição em exame adicionam, respectivamente, as seguintes frases: "fumar pode matar" e "a nicotina vicia" ao referido § 2º.

Em sua justificação, a autora argumenta que as poderosas multinacionais do fumo, sediadas nos EUA, têm proposto ao governo daquele País a colocação de advertências mais incisivas sobre os prejuízos do fumo à saúde nas embalagens de seus produtos, como forma de acordo, para ficarem isentas de qualquer responsabilidade, quando da interposição de ações de indenização por dano à saúde, cada vez mais propostas pelos consumidores. Entende a Autora que o fato de aquelas empresas, as maiores do mundo no setor, admitirem publicamente o que o mundo inteiro já sabe, que a nicotina vicia e que o consumo de tabaco acelera a morte das pessoas, comprova que a lei brasileira, apesar de recente, está ultrapassada, sendo imprescindível que

tais advertências cheguem, o mais rápido possível, aos consumidores brasileiros.

Três outras proposições encontram-se apensadas ao PL 3.380/97, das quais faremos um breve resumo a seguir.

O Projeto de Lei nº 4.258/98, de autoria do Deputado Moisés Bennesby, que "Dispõe sobre a advertência em embalagens de produtos fumígenos", determina que todas as embalagens de cigarros e assemelhados devem trazer a advertência: O FUMO FAZ MAL À SAÚDE. A exigência se estende aos materiais de propaganda e difusão dos citados produtos, segundo define o § 1º do art. 1º. Justifica o Autor que a Lei nº 9.294/96, que trata da matéria, não traz, nas frases de advertência que estabelece, persuasão forte o suficiente que afirme o dano certo e evidente aos fumantes.

O Projeto de Lei nº 4.333/98, de autoria do Deputado Fernando Zuppo, que "Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outra providências" propõe modificar o art. 3º da citada Lei, proibindo completamente a propaganda comercial de cigarros e outros produtos fumígenos. Ficam mantidas, nos termos do parágrafo único do art. 1º da proposição, as advertências estabelecidas pela Lei em vigor para as embalagens de tais produtos.

Em sua justificação, o Autor argumenta que a Lei atual apenas determina limitações à publicidade dos produtos fumígenos, sendo constantemente ludibriada pela criatividade das agências de publicidade, e que sua iniciativa acompanha a tendência mundial de controle cada vez maior do consumo desses produtos, limitando ainda mais o acesso, principalmente de jovens, ao tabagismo.

Por seu turno, o Projeto de Lei nº 4.680/98, de autoria do Deputado José Pinotti, "Modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a propaganda de produtos do tabaco".

O referido projeto de lei modifica o art. 3º da Lei nº 9.294/96, estabelecendo princípios a serem observados na propaganda comercial dos produtos fumígenos, proibindo a sua veiculação nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, obrigando a inscrição de frases de advertência e vedando a colocação de painéis, cartazes e *outdoors* com publicidade dos citados produtos a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino ou de local destinado à prática de desportos. Outrossim, a proposição suprime o § 2º do art. 5º da citada Lei, que liberava as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos fumígenos da exigência contida no § 2º do art. 3º da Lei, qual seja das cláusulas de advertência.

O Autor justifica que apesar do avanço representado pela aprovação da Lei nº 9.294/96 para o controle do tabagismo, novas lições,

aprendidas nesses dois anos, devem ao texto legal ser incorporadas, com vistas a aperfeiçoá-lo. Particularmente, propõe o nobre Deputado a proibição da publicidade do tabaco no rádio e na televisão, de modo a evitar a exposição da criança e do adolescente ao estímulo à prática do tabagismo. Dessa forma, acredita o Parlamentar, acompanharemos as disposições já vigentes nos EUA, na França e em outros países europeus.

Distribuídos a este órgão técnico para exame de mérito, a proposição e seus apensos não receberam emendas no prazo regimental.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

Para efeito de facilitar a compreensão, optamos por apresentar a seguir, separadamente, as análises do projeto principal e de seus apensos.

- **Projeto de Lei nº 3.380, de 1997**

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, veio a lume após longo período de tramitação nesta Casa e no Senado Federal, e, portanto, após exaustivas e ponderadas considerações. O modelo adotado para a divulgação das cláusulas de advertência segue uma lógica clara: primeiramente são elencadas as hipóteses específicas de prováveis danos à saúde causados pelo tabagismo (doenças do coração, derrame cerebral, câncer de pulmão, bronquite crônica, enfisema pulmonar, úlcera do estômago, danos ao bebê durante a gravidez e às crianças em geral), e, após, introduzida uma advertência genérica (fumar provoca diversos males à saúde).

A proposição em foco pretende incluir duas novas cláusulas de advertência. A primeira delas – "fumar pode matar" – afasta-se desse modelo lógico, esvazia-se por sua falta de especificidade, e, a rigor, já se encontra contida, com melhor técnica, mais ciência e menos radicalismo, na advertência genérica em vigor. Quanto à segunda cláusula de advertência proposta – "a nicotina vicia" – implica ela em adotar-se, como incontroversa, tese científica que ainda não alcançou assentimento unânime.

Com efeito, parcela ponderável da comunidade científica considera o cigarro um hábito, não um vício, e não reconhece a nicotina como substância viciante, entre outras razões, por não produzir sintomas de intoxicação, tolerância e síndrome de abstinência expressiva, não sendo seus efeitos diferentes daqueles produzidos, analogamente, pela cafeína. A prova está em que milhões de pessoas em todo o mundo já deixaram de fumar – isto ainda ocorre todos os dias – e o fizeram sem qualquer ajuda terapêutica específica. Ademais, mesmo a corrente que aceita o caráter viciante da nicotina reconhece que a dependência não se manifesta necessariamente em todos os fumantes, devendo ser apurada caso a caso, indivíduo a indivíduo.

Note-se, a propósito, que o Ministério da Saúde, depois de haver instituído cláusula advertindo que "a nicotina do tabaco cria dependência

física" (Portaria nº 2.619, de 29/12/94), não reproduziu tal advertência na regulamentação posterior (Portaria nº 477, de 24/03/95), advertência que igualmente não foi adotada pela Lei nº 9.294, de 15/07/96.

Assim sendo, não nos parece adequado que o legislador advirta sobre efeito ainda controverso cientificamente. Por outro lado, é certo que tal conduta não resultará prejuízo ao consumidor, pois a controvérsia é de amplo conhecimento público, objeto quase que diário de todas as formas de divulgação (televisão, jornais, revistas, etc), de modo que nenhum fumante desconhece hoje essa questão. No máximo, poderíamos pensar em uma advertência do tipo "a nicotina pode criar dependência".

Pelas razões expostas, manifestamo-nos pela rejeição quanto ao mérito do Projeto de Lei nº 3.380, de 1997, sem embargo de louvarmos a intenção de sua nobre Autora.

- **Projeto de Lei nº 4.258, de 1998**

A disposição que pretende estabelecer o referido projeto de lei já encontra-se contemplada pela Lei nº 9.294/96, conhecida como Lei Murad, de maneira muito mais ampla e completa. Note-se que, entre as cláusulas de advertência constantes na citada Lei, existe uma que se assemelha à proposta pelo ilustre Deputado, qual seja "FUMAR PROVOCA DIVERSOS MALES À SAÚDE" (art. 3º, § 2º, VI, da Lei nº 9.294/96). Pelo exposto, votamos contrariamente à sua aprovação no mérito.

- **Projeto de Lei nº 4.333, de 1998**

Quanto à sua primeira pretensão, qual seja a de proibir, de forma absoluta, a propaganda comercial de artigos de tabaco, o projeto apresenta-se revestido de inconstitucionalidade, pois contraria expressamente o disposto no § 4º do art. 220 da Carta Federal, que determina:

> *"Art. 220. .....*
>
> *"§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso."*

Como se vê, o dispositivo constitucional supratranscrito admite a propaganda comercial de tabaco, ainda que sujeita a restrições, o que, entendemos, é incompatível com a proibição absoluta pretendida pela proposição em exame. Ocorre, ainda, que, da nova redação do art. 3º da Lei 9.294/96 proposta pelo projeto, resulta a supressão dos princípios enumerados no § 1º do texto atual desse dispositivo, qual seja:

> *"Art. 3º .....*
>
> *"§ 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 e à 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 e de imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se."

Consideramos a supressão de tais princípios absolutamente inconveniente e oposta aos interesses da saúde pública.

Quanto à segunda pretensão, temos que as cláusulas de advertência elencadas são exatamente as constantes na referida Lei Murad, nenhuma novidade sendo introduzida.

À vista do exposto, nosso parecer é contrário à aprovação, quanto ao mérito, do Projeto de Lei nº 4.333/98.

- **Projeto de Lei nº 4.680, de 1998**

A proibição a que se refere o projeto em epígrafe diferencia-se da tratada no projeto anteriormente analisado, visto que, neste caso, pretende-se apenas proibir a propaganda dos produtos fumígenos nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e não a vedação total da propaganda comercial de tais produtos. A vedação parcial da propaganda do tabaco não fere, no nosso entender, o texto constitucional acima mencionado, mas pode ser considerada parte das restrições legais a que este produto está sujeito.

Outrossim, importa lembrar que a mesma proibição vigora nos Estados Unidos da América desde 19 de março de 1970 (HR 6543-PL 91-222), o que impossibilita as indústrias de cigarros, americanas em sua maioria, de efetuarem qualquer reclamação quanto às condições de comercialização de seus produtos em nosso País. Essas indústrias apenas passarão a encontrar, no Brasil, as mesmas restrições à propaganda que já encontram em seu país de origem.

Contraditoriamente, porém, o projeto sugere que as advertências sobre os malefícios do fumo devem ser acompanhadas de locução, quando assim possibilitar o meio de comunicação utilizado. Este dispositivo torna-se completamente inócuo à vista da proibição acima mencionada, estando, assim, inutilizado o efeito de reforço que pretenderia causar nas ditas advertências.

A vedação da colocação de painéis, cartazes e *outdoors* com publicidade dos produtos fumígenos a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino e destinados à prática de esportes, é muito pertinente, aperfeiçoando, sem dúvida alguma, a Lei nº 9.294/96, em sua parte que disciplina as restrições a propaganda dos referidos produtos.

Igualmente pertinente, em nosso ponto de vista, é a supressão do § 2º do art. 5º da citada lei, proposta pelo projeto, de forma a estender a obrigação das advertências contra o consumo de tabaco às chamadas e caracterizações de patrocínio. Consideramos que essa medida disciplina ainda mais a propaganda dos produtos fumígenos, tendência mundial, como bem salientou o nobre Deputado José Pinotti, em sua justificação.

Diante do exposto, e levando em conta a possibilidade de aprimorar o combate ao tabagismo em nosso País, face aos malefícios que lhe são associados, optamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, na forma de Substitutivo que ora oferecemos.

Com efeito, produto lícito que seja, deve o consumo de cigarros e assemelhados estar suficientemente restrito a um público capacitado ao livre exercício do direito de escolha, desde que lhe seja assegurada ampla e completa informação sobre os prejuízos à saúde atribuídos a estes produtos. Entendemos que neste público acima especificado não podem estar incluídos adolescentes e crianças, extremamente impressionáveis por apelos de *marketing*, mormente os veiculados por imagens e sons, conforme pode confirmar qualquer profissional da área de psicologia.

No Substitutivo que estamos propondo, em que se absorvem diversos pontos do PL 4.680/98, decidimos dividir a regulamentação em duas vertentes: a primeira estabelece medidas que visam restringir o acesso de menores de idade aos produtos de tabaco; a segunda visa aumentar o grau de informação sobre o produto que os consumidores devem receber. De forma complementar, são definidos os responsáveis pela observância das medidas preconizadas e estabelecidas as sanções a que estarão sujeitos.

No que se refere especificamente à proibição da propaganda dos produtos fumígenos nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons, julgamos satisfatório que ela se dê apenas no período em que, normalmente, crianças e adolescentes assistem à programação desses veículos de comunicação. No texto em vigor, proíbe-se a propaganda entre as 6 e as 21 horas, mas esse período ainda é insuficiente. Assim, decidimos estender a proibição para o horário compreendido entre as 6 e as 23 horas.

Aproveitamos, ainda, para disciplinar em nível nacional a proibição da venda de produtos derivados do tabaco a menores de 18 anos. Tal medida é importante pois hoje existem apenas umas poucas legislações estaduais e municipais que o fazem. A exigência da exibição de documento comprobatório de idade atribui eficácia à norma e confere ao varejista proteção legal para a hipótese de recusa de venda.

Incluímos, também, a obrigatoriedade da divulgação, ao consumidor, de informações relevantes sobre o produto (teores de nicotina,

alcatrão e monóxido de carbono). Embora tal divulgação já ocorra na maioria dos cigarros encontrados no mercado, em virtude de procedimento voluntariamente acertado pelos dois maiores fabricantes do País com o Ministério Público do Estado de São Paulo, e cuja observância estenderam ao nível nacional, o ajuste deixa de fora exatamente produtos de mais baixo preço, dirigidos ao público menos esclarecido. Afora isso, a normatização em lei ampliará a exigibilidade da conduta e sua fiscalização pelas autoridades de todos os níveis e não apenas pelo Ministério Público.

Finalmente, pela oportunidade que se apresenta, estamos corrigindo um erro técnico da redação da Lei nº 9.294/96, que não foi percebido quando de sua tramitação. Trata-se do uso, equivocado, da expressão "fumígero", inexistente, em lugar de "fumígeno", com o significado de "produtor de fumo ou fumaça".

Feitas as considerações aos projetos analisados, somos pela rejeição quanto ao mérito dos Projetos de Lei nº 3.380, de 1997; nº 4.258, de 1998, e nº 4.333, de 1998, e pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 30 de junho de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 4.680, de 1998

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos, proibindo a venda destes produtos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz

legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."

"Art. 2º-E Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados, de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G São co-responsáveis pela observância do dispostos nos artigos 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a

publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º 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 de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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, 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 a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências mencionadas no § 2º, escritas de forma

legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino ou de local destinado à prática de desportos." (NR)

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo, além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 5º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 30 de junho de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Emenda nº 01/99

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MEIO AMBIENTE E MINORIAS

Emenda Modificativa ao Substitutivo ao PL 3380, de 1997

Dê-se ao § 4º do Art. 3º do Substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias a redação que se segue:

" Artigo 3º .....
§ 1º .....
§ 2º .....
§ 3º .....
§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimento de ensino do 1º e 2º graus e de outras instituições públicas destinadas à guarda de crianças e de adolescentes."

JUSTIFICATIVA

Embora bem redigido o § 4º do art. 3º do Substitutivo apresentado pela eminente relatora, achamos conveniente que se faça menção, objetivamente, aos estabelecimentos de ensino do 1º e do 2º graus e de outras instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes.

A redação proposta pelo Substitutivo refere-se a "estabelecimentos de ensino ou local destinado à prática de desportos." Nosso objetivo é impedir o induzimento de menores de idade, crianças e adolescentes ao consumo de cigarros e produtos assemelhados e até mesmo aos adultos que devem ser informados dos malefícios à saúde de tais produtos. Os adultos, entretanto, têm, com a maturidade que lhes é própria, e que não é encontrada em crianças e adolescentes, discernimento para escolher, assim mesmo, por consumi-los.

Pelas razões expostas, e, parece-nos, sem contrariedade ao espírito do projeto, é que apresentamos a emenda em questão.

Deputado Eunício Oliveira
PMDB/CE

Aberto prazo para emendas nos termos regimentais, o Substitutivo que oferecemos ao projeto de lei em epígrafe recebeu uma única proposta de alteração, por parte do ilustre Deputado Eunício Oliveira. A emenda apresentada por ele pretende determinar a proibição de colocação de painéis, cartazes e *outdoors* nas proximidades de instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, a exemplo do que se prevê para as escolas de 1° e 2° graus.

Outrossim, ainda durante o período de discussão da matéria neste órgão técnico, a proposição em exame recebeu a apensação do Projeto de Lei n° 1.346/99, de autoria do ilustre Deputado Paulo Marinho, que somente admite a propaganda de produtos fumígenos nos meios de comunicação impressos, desde que não sejam publicações dirigidas ao público infanto-juvenil, e em painéis, cartazes e *outdoors*. Procedimentos e restrições semelhantes deverão ser aplicados à propaganda de bebidas alcoólicas.

O texto ainda amplia o número de frases de advertência que deverão constar das embalagens e da publicidade de bebidas alcoólicas, veda totalmente a utilização de uniformes de competição para propaganda dos produtos fumígenos e bebidas alcoólicas, bem como suprime o dispositivo que

define bebida alcoólica como sendo aquelas com teor de álcool superior a treze graus Gay Lussac

Justifica o nobre Autor sua iniciativa com o argumento da necessidade de tornar a legislação vigente ainda mais restritiva, para inibir com maior rigor o consumo de álcool e de produtos fumígenos.

Consideramos que tanto a emenda como a proposição apensada podem aperfeiçoar significativamente o Substitutivo que havíamos oferecido à apreciação deste órgão técnico.

Realmente, como bem lembrou o Deputado Paulo Marinho em sua justificação, o alcoolismo é um problema social tão grave quanto o tabagismo. Assim, faz sentido que a propaganda de bebidas alcoólicas sofra restrições no mesmo nível daquelas adotadas para a publicidade de produtos fumígenos. Entretanto, conforme já ponderamos anteriormente, entendemos não ser necessário vedar por completo esse tipo de propaganda nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, sendo suficiente limitá-la a um horário em que, normalmente, crianças e adolescentes não estejam assistindo a programação.

Discordamos, no entanto, da proibição de uso de uniformes esportivos para a propaganda de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas, visto que, normalmente, nesses casos, o que aparece nos uniformes é apenas o nome ou a logomarca do produto, sem que haja uma indução direta ao consumo. Parece-nos desaconselhável, também, a supressão do dispositivo onde se define bebida alcoólica, que consideramos relevante para a boa aplicação da lei.

Quanto à emenda apresentada, julgamos indiscutível seu mérito. As instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, nela mencionadas, equiparam-se, para os fins desejados, às escolas de 1º e 2º graus, em cuja proximidade se pretende proibir a colocação de painéis, cartazes e *outdoors* de propaganda dos produtos fumígenos.

Feitas as considerações, somos pela rejeição quanto ao mérito dos Projetos de Lei nº 3.380, de 1997; nº 4.258, de 1998, e nº 4.333, de 1998, e pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, do Projeto de Lei nº 1.346, de 1999, e da Emenda nº 01/99, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 4.680, de 1998

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas, proibindo a venda dos produtos fumígenos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A. É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B. É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C. Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D. Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes *de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."*

"Art. 2º-E. Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F. É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros

importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G. São co-responsáveis pela observância do dispostos nos arts. 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º 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 de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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, 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 a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, por meio das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 4º O 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 deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não associar a bebida alcoólica à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade ou à condução de veículos automotores;

II - não induzir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - não sugerir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - não associar o consumo de bebida alcoólica a idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas;

V - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os efeitos decorrentes do consumo de álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses:

"I - não dirija após ingerir bebida alcoólica;

"II - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas;

"III - o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

"IV - o consumo de álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê.

"§ 3º Os vasilhames e embalagens que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor, exceto se destinados à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 5º O § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

"§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas estão liberadas das exigências do § 2º do art. 3º e do § 2º do art. 4º." (NR)

Art. 6º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo.

além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 7º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Aberto prazo para emendas nos termos regimentais, o Substitutivo que oferecemos ao projeto de lei em epígrafe recebeu uma única proposta de alteração, por parte do ilustre Deputado Eunício Oliveira. A emenda apresentada por ele pretende determinar a proibição de colocação de painéis, cartazes e *outdoors* nas proximidades de instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, a exemplo do que se prevê para as escolas de 1º e 2º graus.

Outrossim, ainda durante o período de discussão da matéria neste órgão técnico, a proposição em exame recebeu a apensação do Projeto de Lei nº 1.346/99, de autoria do ilustre Deputado Paulo Marinho, que somente admite a propaganda de produtos fumígenos nos meios de comunicação impressos, desde que não sejam publicações dirigidas ao público infanto-juvenil, e em painéis, cartazes e *outdoors*. Procedimentos e restrições semelhantes deverão ser aplicados à propaganda de bebidas alcoólicas.

O texto ainda amplia o número de frases de advertência que deverão constar das embalagens e da publicidade de bebidas alcoólicas, veda totalmente a utilização de uniformes de competição para propaganda dos produtos fumígenos e bebidas alcoólicas, bem como suprime o dispositivo que

define bebida alcoólica como sendo aquelas com teor de álcool superior a treze graus Gay Lussac

Justifica o nobre Autor sua iniciativa com o argumento da necessidade de tornar a legislação vigente ainda mais restritiva, para inibir com maior rigor o consumo de álcool e de produtos fumígenos.

Consideramos que tanto a emenda como a proposição apensada podem aperfeiçoar significativamente o Substitutivo que havíamos oferecido à apreciação deste órgão técnico.

Realmente, como bem lembrou o Deputado Paulo Marinho em sua justificação, o alcoolismo é um problema social tão grave quanto o tabagismo. Assim, faz sentido que a propaganda de bebidas alcoólicas sofra restrições no mesmo nível daquelas adotadas para a publicidade de produtos fumígenos. Entretanto, conforme já ponderamos anteriormente, entendemos não ser necessário vedar por completo esse tipo de propaganda nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, sendo suficiente limitá-la a um horário em que, normalmente, crianças e adolescentes não estejam assistindo a programação.

Discordamos, no entanto, da proibição de uso de uniformes esportivos para a propaganda de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas, visto que, normalmente, nesses casos, o que aparece nos uniformes é apenas o nome ou a logomarca do produto, sem que haja uma indução direta ao consumo. Parece-nos desaconselhável, também, a supressão do dispositivo onde se define bebida alcoólica, que consideramos relevante para a boa aplicação da lei

Quanto à emenda apresentada, julgamos indiscutível seu mérito. As instituições destinadas à guarda de crianças e adolescentes, nela mencionadas, equiparam-se, para os fins desejados, às escolas de 1º e 2º graus, em cuja proximidade se pretende proibir a colocação de painéis, cartazes e *outdoors* de propaganda dos produtos fumígenos.

Feitas as considerações, somos pela rejeição quanto ao mérito dos Projetos de Lei nº 3.380, de 1997; nº 4.258, de 1998, e nº 4.333, de 1998, e pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.680, de 1998, do Projeto de Lei nº 1.346, de 1999, e da Emenda nº 01/99, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 4.680, de 1998

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas, proibindo a venda dos produtos fumígenos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A. É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B. É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C. Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D. Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."

"Art. 2º-E. Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados, de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F. É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros

importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G. São co-responsáveis pela observância do dispostos nos arts. 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º 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 de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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, 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 a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, por meio das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 4º O 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 deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não associar a bebida alcoólica à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade ou à condução de veículos automotores;

II - não induzir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - não sugerir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - não associar o consumo de bebida alcoólica a idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas;

V - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os efeitos decorrentes do consumo de álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses:

"I - não dirija após ingerir bebida alcoólica;

"II - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas;

"III - o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

"IV - o consumo de álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê

"§ 3º Os vasilhames e embalagens que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor, exceto se destinados à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 5º O § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

"§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas estão liberadas das exigências do § 2º do art. 3º e do § 2º do art. 4º." (NR)

Art. 6º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo.

além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 7º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 05 de outubro de 1999.

Deputada ALCIONE ATHAYDE
Relatora

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, por unanimidade os Projetos de Lei nºs 4.680/98 e 1.346/99, apensados, com substitutivo, e a emenda 1-S/99 apresentada ao substitutivo, e rejeitou este e os Projetos de Lei nºs 4.258/98 e 4.333/98, apensados, nos termos do parecer da relatora, Deputada Alcione Athayde.

Estiveram presentes os Senhores Deputados, Luciano Pizzatto, Presidente em Exercício, Celso Russomanno, Vice-Presidentes, Expedito Júnior, Ronaldo Vasconcellos, Eunício Oliveira, Fernando Gabeira, Jorge Tadeu Mudalen, Badú Picanço, Murilo Domingos, Ricarte de Freitas, Ben-Hur Ferreira, João Magno, Márcio Bittar, Ricardo Izar, Régis Cavalcante, Fernando Zuppo, Laura Carneiro, Moacir Micheletto, Maria Abadia, Duílio Pisaneschi e Fernando Coruja.

Sala da Comissão, em 10 de novembro de 1999.

Deputado **LUCIANO PIZZATTO**
Vice-Presidente no exercício da Presidência

PROJETO DE LEI Nº 4.680/98
(DO SR. JOSÉ PINOTTI)

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (sic), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a Lei nº 9.294, de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros (*sic*), bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", restringindo a propaganda comercial de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas, proibindo a venda dos produtos fumígenos a menores de dezoito anos de idade e adotando outras providências.

Art. 2º Acrescentem-se à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, os seguintes artigos:

"Art. 2º-A. É proibida, em todo o território nacional, a venda de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, a menores de dezoito anos de idade, podendo o varejista exigir do consumidor, no ato da compra e para fins de comprovação de idade, a apresentação de Carteira de Identidade, ou de qualquer outro documento oficial que indique a data de nascimento.

"Parágrafo único. A não apresentação do documento legitimará a recusa de venda pelo varejista."

"Art. 2º-B. É expressamente proibida a comercialização de cigarros ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em máquinas de venda automática."

"Art. 2º-C. Os estabelecimentos comerciais que vendam cigarros a varejo deverão afixar, em local visível ao público, cartaz legível com os dizeres: É PROIBIDA A VENDA DE CIGARROS A MENORES DE 18 ANOS".

"Art. 2º-D. Os cigarros comercializados no mercado interno deverão informar em suas embalagens os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

"§ 1º Considera-se embalagem os maços e carteiras que constituem a menor unidade de comercialização ofertada ao consumidor, bem como os pacotes contendo múltiplos dessa embalagem mínima, quando também ofertados diretamente ao consumidor.

"§ 2º A informação ao consumidor acerca dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono dar-se-á por meio da impressão dos respectivos valores, de forma legível, em uma das laterais da embalagem, com a indicação do teor em miligramas por cigarro, exigida a aproximação de até uma casa decimal para nicotina.

"§ 3º As autoridades públicas competentes poderão, a qualquer tempo, auditar a capacidade das indústrias fabricantes de cigarros para a medição dos teores divulgados, bem como, no exercício de seu poder de fiscalização, efetuar tais medições diretamente ou por instituições independentes de reconhecida competência técnica."

"Art. 2º-E. Os teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono serão ainda obrigatoriamente divulgados, de forma legível, na publicidade de cigarros destinada ao mercado doméstico, veiculada por meio de pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas.

"§ 1º Na publicidade em que apareça mais de uma versão da mesma marca, ou mais de uma marca, fica o anunciante obrigado a divulgar apenas os teores da versão ou marca mais vendida, ou da versão ou marca que seja o objeto principal da publicidade veiculada.

"§ 2º Excepciona-se da obrigatoriedade prevista neste artigo qualquer publicidade, inclusive a institucional e legal da empresa, quando dela apenas constar a marca ou logomarca do produto e não houver recomendação de consumo.

"Art. 2º-F. É responsável pela observância do disposto no art. 2º-D o fabricante estabelecido no País, em face dos cigarros

aqui produzidos e destinados ao mercado interno, e o importador, ou quem quer que os comercialize, em face de cigarros importados, para os quais o cumprimento de tais disposições poderá ocorrer pela aplicação de etiquetas."

"Art. 2º-G. São co-responsáveis pela observância do dispostos nos arts. 2º-D e 3º aqueles que patrocinam a publicidade do produto e os responsáveis pelo custeio da propaganda."

Art. 3º 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 de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, 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, 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 a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda dos produtos referidos do caput deste artigo nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, por meio das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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;

"VII - a nicotina pode criar dependência.

"§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas, inseridas em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 4º O 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 deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não associar a bebida alcoólica à prática de esportes, ao desempenho saudável de qualquer atividade ou à condução de veículos automotores;

II - não induzir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - não sugerir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - não associar o consumo de bebida alcoólica a idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas;

V - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

"§ 1º É proibida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, no horário compreendido entre as seis e as vinte e três horas.

"§ 2º A propaganda comercial conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os efeitos decorrentes do consumo de álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea, ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses:

"I - não dirija após ingerir bebida alcoólica;

"II - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas;

"III - o consumo excessivo de álcool pode provocar diversos males à saúde;

"IV - o consumo de álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê.

"§ 3º Os vasilhames e embalagens que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor, exceto se destinados à exportação, conterão as advertências listadas no § 2º, mantidas as condições de uso previstas no mesmo dispositivo, escritas de forma legível e ostensivamente destacadas.

"§ 4º É vedada a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade dos produtos referidos neste artigo a uma distância inferior a duzentos metros de estabelecimentos de ensino de primeiro e segundo graus, bem como de instituições públicas ou privadas destinadas à guarda de crianças e adolescentes." (NR)

Art. 5º O § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º .....

"§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos fumígenos e bebidas alcóolicas estão liberadas das exigências do § 2º do art. 3º e do § 2º do art. 4º." (NR)

Art. 6º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 4º e 5º:

"Art. 9º .....

"§ 4º Aplicam-se ainda aos infratores de dispositivos relacionados à comercialização e propaganda de produtos fumígenos derivados do tabaco, as seguintes sanções:

"I - no caso de omissão ou incorreta divulgação dos teores de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono nas embalagens, o fabricante ou importador, notificado, deverá recolher o produto no prazo de até dez dias, após o qual ficará sujeito à multa prevista no inciso V deste artigo, sem prejuízo da apreensão do mesmo pela autoridade fiscalizadora, ainda que junto aos atacadistas e varejistas;

"II - no caso de veiculação publicitária que não observe o previsto no art. 2º-E, o anunciante deverá, após notificado, cessar sua veiculação, no prazo de até dez dias, após o qual ficará o infrator sujeito à pena de multa de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) por dia de veiculação, sem prejuízo de poder a autoridade fiscalizadora promover a cessação da veiculação publicitária, inclusive, se for o caso, mediante a desativação e apreensão do veículo publicitário utilizado.

"§ 5º Para o varejista que infrinja o disposto no art. 2º-A e para a pessoa física ou jurídica que infrinja o disposto no art. 2º-C, será aplicada a multa máxima prevista no inciso V deste artigo,

além da apreensão do produto e da máquina de venda automática."

Art. 7º Substitua-se na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, onde quer que apareça, a expressão "fumígero" pela expressão "fumígeno".

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 10 de novembro de 1999.

Deputado **LUCIANO PIZZATTO**
Vice-Presidente no Exercício da Presidência

PROJETO DE LEI Nº 3.497, DE 1997
(DO SR. SILAS BRASILEIRO)

Proíbe a venda de bebida alcoólica nos estádios desportivos.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a venda de bebida alcoólica dentro de estádios ou ginásios desportivos e a 300 (trezentos) metros de onde estiverem instalados.

Pena - detenção, de três a seis meses e multa.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O aumento da violência nos estádios desportivos, principalmente os de futebol, é uma das grandes preocupações da sociedade moderna.

Muitas pessoas têm se afastado desses espetáculos temendo os conflitos que, não raro, têm terminado em ferimentos graves, e até em mortes.

Fica, assim, uma grande parcela da população privada de um lazer dos mais legítimos.

Para toda essa violência não temos dúvidas que muito contribui o consumo desenfreado de bebidas alcoólicas atualmente vendidas livremente dentro e fora dos campos desportivos.

A única maneira de impedir o consumo excessivo de bebidas alcoólicas, cremos, é proibindo sua comercialização dentro dos estádios e em suas imediações.

Assim, estamos propondo o presente Projeto de Lei com esse intuito e contamos com o apoio de nossos ilustres Pares no sentido de sua aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de 08 de 1997.

Deputado SILAS BRASILEIRO

PROJETO DE LEI N.º 3.626, DE 1997

(Do Sr. Ricardo Izar)

Altera o § 1º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com o fim de proibir o uso de produtos fumígenos em todas as dependências dos estabelecimentos de ensino do País.

(APENSE-SE AO PL 4.846/94)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 1º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

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

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei Antifumo, que tomamos a iniciativa de alterar com a presente proposição, já proíbe o uso de produtos fumígenos nas salas de aula, bem como em outros recintos coletivos de trabalho e de lazer. Entretanto, somos todos sabedores do consumo de produtos derivados de tabaco em todos os recintos dos estabelecimentos de ensino de todos os níveis e modalidades. Fuma-se nos banheiros, fora das salas de aula e em todos os lugares onde os fumantes desejem fumar.

Os professores e funcionários, freqüentemente, usam de sua autoridade para fumar em qualquer lugar, muitas vezes desrespeitando o direito dos não-fumantes de respirar ar puro dentro e fora das salas de aula.

Faz-se, assim, necessário defender os chamados fumantes passivos impedindo o uso do fumo em todas as dependências dos estabelecimentos de ensino.

Os males causados pelo fumo estão enumerados na própria Lei Antifumo que exige que a propaganda de produtos fumígenos contenha sempre, simultânea ou rotativamente, as seguintes frases: "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". (art. 3°, § 1°)

Visando a defender a saúde de nossa população, conclamamos os ilustres Pares a apoiarem nossa iniciativa aprovando o projeto de lei que ora apresentamos a esta Casa.

Sala das Sessões, em 16 de 09 de 1997.

Deputado Ricardo Izar

LEGISLAÇÃO CITADA E ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS

LEI 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. 2º - É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 do 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 saúdc, 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.

§ 2° - A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° - 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° - Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° - Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.852, DE 1997

(Do Sr. Edinho Bez)

Proíbe o uso de fumo e bebidas alcoólicas, por professores, alunos, servidores e visitantes nas escolas públicas e privadas de 1º e 2º grau.

(APENSE-SE AO PL. 3626/97)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1º. É vedado o uso de cigarros, charutos, e bebida alcóolica nas dependências de estabelecimentos públicos e particulares de ensino de 1º e 2º graus.

Parágrafo único. O disposto neste artigo aplica-se a professores, diretores, alunos e visitantes.

Art. 2º. O não cumprimento do disposto no artigo 1º, sujeitam os infratores as penas de advertência e na reicindência a demissão ou expulsão da escola e no caso de visitantes a proibição de acesso ao estabelecimento de ensino.

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

Art. 4º. Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

A falta de um dispositivo legal, especifico, para o controle do uso de drogas nas escola tem se tornado um entrave ao combate e a erradicação deste mal que atinge milhões de jovens e adolescentes em nosso País que, embora iniciando sua dependência química com drogas permissivas como o cigarro e a bebida alcóolica, acabam, mais tarde, por adentrarem ao uso de drogas mais pesadas e que trazem conseqüências dramáticas aos usuários, a família e a sociedade em geral.

Entendendo que o exemplo deve partir de cima, no caso, aqui, os professor e diretores, e com o intuito de reduzir os riscos e prevenir os estudantes das escolas de 1° e 2°graus da dependência que o uso sistemático de drogas permitidas, como o cigarro e a bebida alcóolica trazem, decidimos pela apresentação do presente Projeto de Lei, inspirando nossa proposta no Projeto Lei de autoria do Vereador Ademar Koerich, do Município catarinense de São José, já aprovado pela Câmara Municipal e que já traz idêntica proibição para as escolas do município.

Cabe salientar que o o uso do fumo e outras drogas por professores, diretores e visitantes, incentivam as crianças a agirem da mesma forma, levando-as ao exemplo de achar que fumar é bonito, é elegantes e outras interpretações, pelo fato de observarem que seus professores ou superiores também fumam.

Assim, com o objetivo depara o qual reclamamos o apoio de nossos nobres pares para sua urgente aprovação.

Sala das Sessões, em 13 de, 11 de 1997.

Deputado EDINHO BEZ

PROJETO DE LEI Nº 1.004, DE 1999
(DO SR. GLYCON TERRA PINTO)

Altera a Lei nº 9.294, de 1996, proibindo o uso de produto fumígero em aeroporto e a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.626, DE 1997)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 1º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"*§ 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, as salas de teatro e cinema e os aeroportos.*" (NR)

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

"*§ 3º São vedados a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves e veículos de transporte coletivo.*"

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

JUSTIFICAÇÃO

A oferta generosa de bebidas alcoólicas a bordo das aeronaves, associada ao receio das viagens aéreas por parte de muitos passageiros, tem gerado um resultado explosivo: a proliferação de casos de passageiros embriagados, capazes de transtornar o ambiente, levando à degradação da qualidade do vôo e, em situações extremadas, expondo o próprio transporte a risco.

É inegável o poder desorganizador do álcool sobre as faculdades mentais. Esse efeito é acentuado a bordo, onde a baixíssima umidade conduz a um processo de desidratação do organismo. Não é de se estranhar, portanto, a repetição de episódios envolvendo passageiros alcoolizados, mesmo em se considerando o bom padrão de comportamento da absoluta maioria dos usuários dos serviços aéreos.

Ora, se está-se percebendo que o consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves - assim como em outros veículos de transporte coletivo - pode desencadear problemas, melhor evitá-lo. Não se trata de medida drástica, capaz de comprometer o bem-estar dos passageiros. Diferentemente da abstinência do cigarro, que por duas ou três horas pode provocar desconforto nos fumantes mais contumazes, a da bebida alcoólica não chega a provocar muita ansiedade, exceção feita aos casos de dependência avançada.

Outra providência que pretendemos ver tomada a partir da aprovação deste projeto é a limitação do uso de produtos fumígeros em aeroportos. Assim como hospitais, salas de aula, salas de teatro e de cinema, os aeroportos são espaços onde há grande concentração de pessoas, normalmente *em áreas fechadas, circunstâncias que potencializam* os efeitos nocivos dos cigarros.

Esses são os objetivos da presente iniciativa. Contamos com a compreensão e o apoio dos ilustre Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 1999.

25/05/99

Deputado Glycon Terra Pinto

"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. 2º - É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 do 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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.175, DE 1999
(DO SR. PASTOR JORGE)

Estabelece normas quanto ao uso do cigarro em locais públicos.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 3.626, DE 1997)

O congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Fica proibido o fumo em locais públicos, tais como:

I – repartições públicas;

II - bancos públicos e privados exceto se os mesmos possuírem área restrita para fumantes ;

III – hospitais públicos e privados;

IV – restaurantes, lanchonetes e similares exceto se os mesmos possuírem áreas destinadas a tal público , isoladas, por barreiras físicas que impossibilitem a propagação da fumaça;

V – em escolas de 1º e 2º graus, públicas e privadas, tanto para professores, funcionários e alunos, em toda sua área interna;

Art. 2º - A pessoa ou estabelecimento que desrespeitar qualquer dos artigos supracitados, caberá multa, com valor a ser estipulado na aprovação desta Lei.

Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Este projeto tem por finalidade diminuir o incomodo causado pelos fumantes em áreas públicas e aglomerações em geral. Como é do conhecimento de todos, as áreas restritas a fumantes em locais públicos são de pouco ou nenhuma eficácia uma vez que a fumaça, quase não respeita as barreiras impostas.

Vem também tentar de certa forma coibir o ingresso dos jovens no vicio do fumo uma vez que estes se espelham no mundo ao seu redor para assim construírem seus conceitos, hábitos, enfim sua personalidade. Bem sabemos dá facilidade de um jovem ou até uma criança terem acesso ao cigarro, uma vez que o mesmo esta sempre ao seu redor seja em casa, na escola ou demais locais por ele freqüentados.

Enfim buscar limitar o consumo desta droga tão difundida em nosso meio que é o cigarro.

Sala das Sessões, em 15 de JUNHO de 1.999

Deputado Pastor Jorge

PROJETO DE LEI N.º 1.168, DE 2003

(Do Sr. Lincoln Portela)

Proíbe o uso de cigarros, charutos, cachimbos e demais produtos fumígenos em restaurantes e similares.

(APENSE-SE ESTE AO PL-1175/1999.)

Art. 1º - Fica expressamante proíbido, sem nenhuma exceção, o uso de cigarros, charutos, cachimbos e demais produtos derivados do tabaco, em restaurantes e casas de chá.

Art. 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua promulgação.

JUSTIFICAÇÃO

Estudos realizados dentro e fora do Brasil comprovam que o fumo deteriora lentamente a vida do ser humano. Pesquisas mostram que no Brasil, somente em 2003, morrerão de câncer de pulmão cerca de 16.230 pessoas.

Estimativas da OMS dão conta de que o fumo matará 10 milhões de seres humanos por ano até 2020.

Os efeitos do fumo no nosso organismo são arrasadores e assustadores. Um em cada dois fumantes morrerá vítima de males ligados ao tabaco.

Senhores pares, trata-se de uma medida significativa com conseqüências positivas para toda a comunidade, afinal restaurantes e casas de chá devem ser casas de saúde e não de futuros doentes. A rigor estamos ali para alimentar o nosso organismo com saúde. Em razão do exposto, esperamos contar com o apoio das senhoras e senhores parlamentares desta Casa.

Sala das Sessões, de de 2003

03/06/03

Deputado LINCOLN PORTELA

PROJETO DE LEI Nº 3.858, DE 1997
(DO SR. MARQUINHO CHEDID)

Proíbe o armazenamento, a comercialização ou a oferta de bebida alcoólica em estabelecimentos, de qualquer natureza, que estejam localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio do órgão rodoviário federal.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º São proibidos o armazenamento, a comercialização ou a oferta de bebida alcoólica em estabelecimentos, de qualquer natureza, que estejam localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio do órgão rodoviário federal, definidas no art. 4º da Lei nº 6.766, de 19 de dezembro de 1979.

Art. 2º A infração do disposto nesta lei sujeitará o estabelecimento às seguintes penalidades:

I - multa de R$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais);
II - interdição pelo prazo de 15 (quinze) dias.

§ 1º Em caso de reincidência, as penalidades serão aplicadas em dobro.

§ 2º A constatação de três infrações no período de um ano ou o desrespeito aos prazos de interdição ensejará o pagamento de multa de R$ 50.000,00 (cinqüenta mil reais) pelo estabelecimento.

§ 3º Os valores das multas serão atualizados mensalmente, a partir da data de publicação desta lei, pelo índice de correção dos débitos fiscais adotado no âmbito da União.

Art. 3º. A forma de fiscalização do disposto nesta lei será definida em regulamento pelo Poder Executivo.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas por parte de condutores de veículos vem, desde há muito, sendo apontado por estudiosos e pesquisadores de segurança de trânsito como uma das mais significativas causas de acidentes automobilísticos. São, afinal., de reconhecimento pacífico os efeitos desastrosos do álcool sobre as funções psicomotoras.

Apesar de pública e oficialmente condenada a ingestão de bebida alcoólica pelos motoristas, presencia-se ainda grande tolerância social a esse comportamento, o que estimula comerciantes a vender o produto sem qualquer cautela e o cidadão que vai dirigir a ignorar os riscos de seu consumo.

Em que pese ter-se consciência de que esse tipo de atitude depende, para ser erradicada, de um elevado grau de educação para a vida em comunidade, o que demanda tempo e esforços prolongados, não deve, o Estado, se abster da responsabilidade de coibir, por intermédio de seu poder regulatório e de polícia, conduta que pode ameaçar o bem-estar comum.

Assim é que, no recém-aprovado Código de Trânsito Brasileiro, decidiu-se pela diminuição do índice de alcoolemia até o qual é permitida a condução de veículos automotores. Também, pelo agravamento das penalidades a que está sujeito o motorista flagrado em estado de embriaguez, o qual poderá ser condenado, até, à pena de reclusão.

No entanto, na direção de limitar-se as oportunidades de oferta de bebidas alcoólicas, continua a existir um vácuo na legislação, para sorte de comerciantes que, por explorarem estabelecimento contíguo a rodovias, têm como público alvo condutores de veículos. Diga-se, outrossim, para azar dos que gostariam de transitar pelas estradas com segurança.

A proposta que ora é apresentada, pois, tem como finalidade preencher esse vazio legal e proporcionar ao poder público o necessário instrumento para frear a venda e, na medida do possível, o uso de bebida alcoólica em torno das rodovias.

Na expectativa de que se tenha tratado adequadamente o problema, contamos com o apoio de nossos ilustres Pares para a aprovação do projeto.

Sala das Sessões, em 13 de maio de 1997.

Deputado Marquinho Chedid

LEGISLAÇÃO CITADA E ANEXADA PELA
COORDENADAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS

LEI Nº 6.766, DE 19 DE DEZEMBRO DE 1979

DISPÕE SOBRE O PARCELAMENTO DO SOLO URBANO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

.....

CAPÍTULO II
Dos Requisitos Urbanísticos para Loteamento

Art. 4º - Os loteamentos deverão atender, pelo menos, aos seguintes requisitos:

I - as áreas destinadas a sistema de circulação, a implantação de equipamento urbano e comunitário, bem como a espaços livres de uso público, serão proporcionais à densidade de ocupação prevista para a gleba, ressalvado o disposto no § 1 deste artigo;

II - os lotes terão área mínima de 125 m2 (cento e vinte e cinco metros quadrados) e frente mínima de 5 (cinco) metros, salvo quando a legislação estadual ou municipal determinar maiores exigências, ou quando o loteamento se destinar a urbanização específica ou edificação de conjuntos habitacionais de interesse social, previamente aprovados pelos órgãos públicos competentes;

III - ao longo das águas correntes e dormentes e das faixas de domínio público das rodovias, ferrovias e dutos, será obrigatória a reserva de uma faixa non aedificandi de 15 (quinze) metros de cada lado, salvo maiores exigências da legislação específica;

IV - as vias de loteamento deverão articular-se com as vias adjacentes oficiais, existentes ou projetadas, e harmonizar-se com a topografia local.

§ 1º - A percentagem de áreas públicas prevista no inciso I deste artigo não poderá ser inferior a 35% (trinta e cinco por cento) da gleba, salvo nos loteamentos destinados ao uso industrial cujos lotes forem maiores do que 15.000 m2 (quinze mil metros quadrados), caso em que a percentagem poderá ser reduzida.

§ 2º - Consideram-se comunitários os equipamentos públicos de educação, cultura, saúde, lazer e similares.

PROJETO DE LEI Nº 3.869, DE 1997
(DO SR. CORAUCI SOBRINHO)

Dispõe sobre a obrigatoriedade da expressão que especifica nos rótulos dos frascos e embalagens de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Artigo 1° - É obrigatório constar a expressão **"O CONSUMO DE BEBIDA ALCOÓLICA PREJUDICA A SAÚDE"** nos rótulos dos frascos e das demais embalagens de bebidas alcoólicas.

Artigo 2° - A veiculação de toda e qualquer propaganda de bebidas alcoólicas, pelos diversos meios de comunicação, deverá também conter a expressão **"O CONSUMO DE BEBIDA ALCOÓLICA PREJUDICA A SAÚDE".**

Artigo 3° - Esta lei será regulamentada por decreto do Poder Executivo no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data de sua publicação.

Artigo 4° - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O alcoolismo, em razão de ser um vício institucionalizado em praticamente todo o mundo, é aquele que cria a mais cruel dependência. A venda de bebidas alcoólicas as mais diversas em bares, restaurantes, lanchonetes e estabelecimentos congêneres, é livre e plenamente aceita pela sociedade, exceção à venda aos menores de 18 (dezoito) anos, proibição essa que, na prática, nem sempre é obedecida.

Vale também lembrar que o trânsito no Brasil é um dos mais violentos do mundo e que mais da metade dos acidentes de trânsito decorre do consumo de álcool. Ressalte-se ainda que as Delegacias da Mulher em todo o país já constataram que 87% das agressões sofridas por mulheres estão ligadas ao uso excessivo de álcool.

Outra preocupante informação constata que nossos jovens estão começando a consumir bebidas alcoólicas entre os 12 e 13 anos de idade e que o consumo de drogas entre jovens que bebem em excesso já passou a ser regra e não exceção.

Cabe ao Poder Público a adoção de medidas que, alertando os consumidores de bebidas alcoólicas dos riscos inerentes aquele vício, possam redundar em maior esclarecimento da sociedade e na redução do consumo daquelas bebidas.

Estes os motivos que me levam a formular o presente projeto de lei, que submeto à apreciação de meus pares, na expectativa de sua rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em 18/NOV/93

Deputado CORAUCI SOBRINHO

PROJETO DE LEI Nº 3.993, DE 1997
(DO SR. ENIO BACCI)

Proíbe a publicidade de bebidas alcóolicas em qualquer órgão de imprensa e dá outras providências.

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

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º - É proibido toda a publicidade de bebidas alcóolicas em qualquer órgão de imprensa.

Art. 2º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Este projeto visa proibir o incentivo ao consumo de bebidas alcóolicas e evitar males como por exemplo, a grave e por vezes fatal doença do alcoolismo , sem contar nos altos custos que a Saúde Pública precisa destinar a estas doenças, que evitadas, poderiam ser direcionados a outras necessidades primordiais dos hospitais

Sala das sessões, / /97.

10/12/97

Deputado ENIO BACCI
PDT/RS

PROJETO DE LEI Nº 4.062, DE 1998
(DO SR. JORGE WILSON)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas e produtos derivados do tabaco em eventos desportivos.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 6º da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 6º Fica proibida a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas, produtos derivados do tabaco e demais produtos fumígeros, em estádios e demais locais destinados à prática de desportos, em veículos de competição e em trajes desportivos de qualquer natureza.

Parágrafo único. A disposição aplica-se igualmente ao *slogan*, logotipo, logomarca ou padrão gráfico que identifique os produtos de que trata este artigo."

Art. 2º O Poder Executivo regulamentará as disposições desta lei no prazo de sessenta dias, contados da sua publicação.

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

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário, em especial o § 1° do art. 5° da Lei n° 9.294 , de 15 de julho de 1996.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas e de produtos derivados do tabaco tem sido objeto de estreita vigilância por parte desta Casa. Tais produtos, de fato, além de danosos à saúde, são capazes de criar dependência no consumidor que, ciente dos prejuízos do cigarro e do álcool, é incapaz de abandonar o seu consumo, a não ser à custa de enorme sacrifício pessoal.

Os danos à saúde provocados pelo tabagismo foram, durante muitos anos, ocultados da opinião pública. O reconhecimento de que o consumo do cigarro contribui para o surgimento de enfermidades graves e de tratamento oneroso, tais como o enfisema pulmonar, a úlcera de estômago e vários tipos de câncer, só foi admitido pela indústria do tabaco após longa campanha do governo norte-americano. Recentemente, uma histórica tentativa de acordo entre as indústrias e o governo dos EUA, através do qual os fabricantes de cigarro pagariam elevadas multas para cobrir os gastos do sistema de saúde com doenças derivadas do tabagismo, colocou em evidência os enormes prejuízos do sistema de saúde em virtude do tabagismo.

No Brasil, a situação é similar. Estima-se que as perdas devidas ao tratamento, pelo sistema público de saúde, de doenças associadas ao consumo do cigarro e do álcool, chegue, em nosso País, à casa dos bilhões de dólares ao ano. Isto sem levar em consideração os prejuízos decorrentes da perda de produtividade do enfermo, das licenças de trabalho, do absenteísmo e dos problemas sociais e familiares associados ao consumo desses produtos.

A Câmara dos Deputados, sensível ao trágico problema, propôs e aprovou a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e

defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal". Entre outras disposições, essa norma impôs algumas limitações à publicidade dos produtos derivados do álcool e do tabaco. As disposições, porém, além de brandas, têm sido contornadas, graças à criatividade das nossas agências de publicidade.

Tal situação é grave, dado que a publicidade é o principal mecanismo à disposição das indústrias do tabaco e do álcool para atrair o jovem e, assim, perpetuar e alargar o mercado consumidor de cigarros e de bebidas. A associação desses produtos à saúde e ao desempenho atlético é uma das formas mais cruéis de publicidade, por ser enganosa, em face das inúmeras evidências de relação entre os hábitos do tabagismo e do alcoolismo e o desenvolvimento de doenças dos aparelhos respiratório e gástrico.

Por tal razão, apresentamos esta proposição, que visa aperfeiçoar a Lei vigente, proibindo a propaganda de bebidas alcoólicas e produtos derivados do tabaco em manifestações desportivas de qualquer natureza, disposição já adotada em diversos países, inclusive na Grã-Bretanha, onde o automobilismo é desporto tradicional.

Entendemos que esta iniciativa acompanha a tendência mundial de controle do consumo de produtos danosos à saúde e, cientes da sua relevância, pedimos aos nobres Pares o necessário apoio para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em 3 de 04 de 1998

Deputado JORGE WILSON

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 4° - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° - A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.111, DE 1998
(DA SRA. MARIA VALADÃO)

Limita a veiculação de publicidade de bebidas alcoólicas e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI 4.846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora é permitida somente entre as vinte e duas e as seis horas.

Art. 2º É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

Art. 3º A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita ou falada, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva:

I - não dirija após ingerir bebidas alcoólicas;

II - o consumo excessivo de álcool é danoso à saúde;

III - o consumo do álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV - evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

Art. 4° Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do artigo anterior.

Art. 5° A propaganda de que trata esta lei não poderá associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

Art. 6° O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 7° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 8° Revogam-se o art. 4° da Lei n° 9.249, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", e as demais disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo do álcool vem crescendo junto aos jovens, em parte graças à agressiva publicidade na televisão. Trata-se de publicidade que explora, inclusive, recursos já vedados pela Lei n° 9.249, de 1996, tais como o apelo ao maior êxito ou à sexualidade das pessoas. Conseqüentemente, para coibir o abuso da propaganda e evitar problemas de interpretação da norma jurídica, entendemos que resta apenas a alternativa de proibir, por completo, a publicidade do álcool na televisão.

Além dos potenciais danos à saúde, que redundam em maior incidência de diversas enfermidades, tais como a diabete, a cirrose hepática e algumas formas de úlcera, o consumo do álcool agrava problemas sociais já endêmicos em nosso País, tais como o elevado índice de mortes no trânsito e de violência contra a mulher e a família. Trata-se, portanto, de vício socialmente pernicioso, a ser tenazmente combatido.

Apresentamos, pois, esta proposição que limita a propaganda de bebidas alcoólicas de forma mais rigorosa do que o fez a Lei nº 9.249, de 1996. Proíbe, além disso, a publicidade de bebidas alcoólicas na televisão.

Dada a gravidade dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo, pedimos aos Nobres Pares o necessário apoio a esta proposta, que reputamos de grande relevância para a sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em 28 de JAN de 199 8

Deputada MARIA VALADÃO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° - A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 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"

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.160, DE 1998
(DO SR. ALDIR CABRAL)

Obriga que, na publicidade de bebidas alcoólicas, se faça menção ao crime previsto no art. 306 do Código de Trânsito Brasileiro e dá outras providências.

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

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1° - Os rótulos e as embalagens utilizados na identificação ou no acondicionamento de bebidas, nacionais ou importadas, com qualquer teor alcoólico, devem portar, de modo legível e bem exposto indicativos do crime que se comete com a não observância do artigo 306 da Lei n° 9.503, de 23 de setembro de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro.

Art. 2° - Os termos do artigo 306 da Lei n° 9.503, de 23 de setembro de 1997 - Código de Trânsito Brasileiro, devem ser impressos e afixados de modo a serem vistos e lidos por todos, nos balcões e nos acessos de todo e qualquer estabelecimento, comercial ou não, onde se ofereçam, ao consumo, bebidas alcoólicas ou outras drogas que contenham substâncias de efeitos análogos.

§ 1° - A publicidade a que se refere o "caput" deste artigo é obrigatória e de responsabilidade do estabelecimento, comercial ou não, na pessoa de seu proprietário, responsável ou preposto.

§ 2° - A não observância no disposto neste artigo implica na interdição total e imediata do estabelecimento por parte de qualquer autoridade federal, estadual ou municipal, do Sistema Nacional de Trânsito.

§ 3° - O ministério ou órgão a que couber a coordenação máxima do Sistema Nacional de Trânsito determinará, no prazo

máximo de noventa dias contados a partir da publicação desta lei, por portaria, as dimensões mínimas dos cartazes a que se refere o "caput" deste artigo, indicando os padrões igualmente mínimos dos caracteres que possam ser utilizados na composição do texto publicitário.

Art. 3º - Na propaganda de bebidas alcoólicas, em qualquer veículo e na mídia em geral, será sempre obrigatória a menção, impressa ou verbal, ao artigo 306 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, esclarecendo-se, expressa e claramente, ao usuário e consumidor, que é crime conduzir veículo automotor, na via pública, sob a influência de álcool ou substância de efeito análogo.

Parágrafo Único - Não será tolerada ou admitida a propaganda de bebidas alcoólicas sem a observância no disposto no "caput" deste artigo e na sua infringência serão punidos os responsáveis com as mesmas penas previstas para os infratores do artigo 306 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997.

Art. 4º - Os fabricantes nacionais e os importadores de bebidas estrangeiras terão um prazo máximo de 180 dias para atenderem as exigências desta Lei nos rótulos dos vasilhames e nas embalagens de bebidas de qualquer teor alcóolico.

Art. 5º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 6º - Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, em de de 1988.

ALDIR CABRAL
Deputado Federal
PFL/RJ

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei se justifica ante a necessidade urgente de se acercar o novo Código de Trânsito Brasileiro de legislação subsidiária que lhe dê contornos de aplicabilidade inquestionável.

Assim, instrumentos legais e institutos próprios devem ser concebidos visando limitar os efeitos da propaganda de bebidas alcoólicas, sabendo-se que o novo Código de Trânsito Brasileiro erigiu à condição de crime o ato de conduzir veículo automotor, na via pública, sob a influência de álcool ou substância de efeitos análogos, expondo a dano potencial e incolumidade de outrem.

Pretende a lei proposta que na publicidade, a partir dos rótulos e das embalagens, se afixem mensagens elucidadoras do crime que se comete à luz do artigo 306 do Código de Trânsito Brasileiro. Infere-se que, desta providência, os condutores de veículos automotores estarão constantemente informados para que não pratiquem o crime previsto no mencionado artigo 306 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997.

O projeto obriga a que nos estabelecimentos, comerciais ou não, se afixem informes sobre o crime decorrente da direção sob efeito de álcool e determina que na publicidade de bebidas alcoólicas as mesmas advertências se façam, não se tolerando a omissão da informação, elevando-se esta mesma omissão à qualidade de crime, apenado com as mesmas penas do artigo 306 do Código de Trânsito Brasileiro.

É de se esperar o melhor acolhimento a presente proposição, posto que, oportuna como é, atende aos requisitos de constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa, interferindo diretamente nas melhores intenções de quantos, nesta Casa, formularam o novo Código de Trânsito Brasileiro.

É a justificação.

Sala das Sessões, em 11 de Fevereiro de 1998.

ALDIR CABRAL
Deputado Federal
PFL/RJ

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

LEI Nº 9.503, DE 23 DE SETEMBRO DE 1997

INSTITUI O CÓDIGO DE TRÂNSITO BRASILEIRO.

.....

CAPÍTULO XIX
DOS CRIMES DE TRÂNSITO

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 306 - Conduzir veículo automotor, na via pública, sob a influência de álcool ou substância de efeitos análogos, expondo a dano potencial a incolumidade de outrem:

Penas - detenção, de seis meses a três anos, multa e suspensão ou proibição de se obter a permissão ou a habilitação para dirigir veículo automotor.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.204, DE 1998
(DO SR. DILSO SPERAFICO)

Proíbe a publicidade de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

Art. 2º A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, nos demais veículos e em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita ou falada, através de frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva.

Parágrafo único. O teor das frases, a ser elaboradas pelo Poder Executivo na regulamentação desta lei, deverá destacar os riscos à saúde decorrentes do alcoolismos e a incompatibilidade entre a ingestão de bebidas alcoólicas e a condução de veículos motorizados.

Art. 3º Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do artigo anterior.

Art. 4º A infração às disposições desta lei sujeitará o produtor e o distribuidor de bebidas alcoólicas à pena de multa, no valor de duzentos a dois mil reais, cobrada em dobro em caso de reincidência.

Art. 5° O Poder Executivo regulamentará esta lei em noventa dias, contados da data de sua publicação.

Art. 6° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 7° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas é estimulado pela propaganda nos veículos de comunicação de massa, especialmente a televisão. Em que pese a promulgação da Lei n° 9.249, de 1996, e as restrições impostas pelo Código da Criança e do Adolescente, o ano de 1997 será lembrado pelo recorde no consumo de bebidas alcoólicas no País, especialmente entre os jovens.

O consumo do álcool está relacionado a grande número de acidentes automobilísticos e de crimes, inclusive hediondos. Para limitar esse imenso abuso no consumo do produto, vemos como única alternativa a proibição da sua publicidade na televisão.

Com tal objetivo em mente, oferecemos a nossos Pares esta proposição, que proíbe a publicidade de bebidas alcoólicas no rádio e na televisão. Esperamos contar com o apoio de todos para assegurar a sua aprovação, dada a relevância dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo.

Sala das Sessões, em de de 199 .

04/03/98

Deputado DILSO SPERAFICO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

LEI Nº 9.249, DE 26 DE DEZEMBRO DE 1995

ALTERA A LEGISLAÇÃO DO IMPOSTO DE RENDA DAS PESSOAS JURÍDICAS, BEM COMO DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO LÍQUIDO, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Art. 1º - As bases de cálculo e o valor dos tributos e contribuições federais serão expressos em Reais.

Art. 2º - O imposto de renda das pessoas jurídicas e a contribuição social sobre o lucro líquido serão determinados segundo as normas da legislação vigente, com as alterações desta Lei.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

TÍTULO I
Das Disposições Preliminares

Art. 1º - Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.

Art. 2º - Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até 12 (doze) anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos de idade.

Parágrafo único. Nos casos expressos em lei, aplica-se excepcionalmente este Estatuto às pessoas entre 18 (dezoito) e 21 (vinte e um) anos de idade.

Art. 3º - A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.215, DE 1998

(Da Sra. Lidia Quinan)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º, do artigo 220 da Constituição Federal.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido de um § 3º com a seguinte redação:

"Art. 4º .....

.....

§ 3º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo variar a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I - o consumo de bebida alcoólica compromete a coordenação motora e os reflexos;

II - o consumo de bebida alcoólica leva à dependência física e psíquica;

III - o consumo de bebida alcoólica pode causar a insuficiência hepática e cirrose;

IV - o consumo de bebida alcoólica pode causar nervosismo, insônia e impotência sexual;

V - o consumo de bebidas alcoólicas pode causar gastrite e úlcera gástrica;

VI - ingerir bebida alcoólica durante a gravidez pode prejudicar o desenvolvimento fetal;

VII - consumir bebida alcoólica durante a amamentação pode causar danos cerebrais ou hepáticos ao bebê."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas tem se ampliado cada vez mais em nossa sociedade. Documentos do Ministério da Saúde indicam uma prevalência de 8% a 10% de abuso e dependência do álcool e sugerem que entre 9% e 32% dos leitos de hospitais gerais do país são ocupados por pacientes que apresentam consumo abusivo de bebidas alcoólicas.

Um dos fatores que estimulam o crescente consumo de bebidas com álcool é, sem duvida, a propaganda em todos os meios de comunicação comercial, que seduz as pessoas com suas mensagens e imagens de alegria e bem estar, de bom posicionamento social, de sucesso, e assim por diante.

Não é preciso destacar com maior profundidade os problemas e prejuízos decorrentes do consumo indevido do álcool. Basta lembrar-nos da sua íntima relação com a diminuição da capacidade de trabalho, com acidentes de trânsito e de trabalho, com doenças orgânicas de toda a espécie, com delitos, transtornos familiares e violências em geral.

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, bem como o Decreto nº 2018, de 1º de outubro de 1996, que a regulamenta, não foram eficientes quanto a advertência em propagandas sobre os males causados pelo uso de bebidas alcoólicas, limitando-se a exigir que conste nos rótulos das embalagens a expressão " Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Entendemos que a população em geral, principalmente os jovens, devem ter conhecimento e consciência dos terríveis danos que o álcool pode causar, inclusive da potencial dependência física e psíquica. Danos estes que não se limitam aos próprios consumidores mas estendem-se para a família, para os amigos e para toda a sociedade.

É com o propósito de que os problemas decorrentes do consumo constante e abusivo das bebidas alcoólicas sejam bem divulgados e que as pessoas tomem consciência maior das conseqüências deste hábito, que apresentamos o presente Projeto de Lei, o qual esperamos, com a ajuda imprescindível dos ilustres colegas desta Casa ver aprovado para o bem da sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em de de 199 .

04/03/98

Deputada Lídia Quinan

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. 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.

§ 2° - Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° - As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

.....

.....

DECRETO N° 2.018, DE 01 DE OUTUBRO DE 1996

REGULAMENTA A LEI N° 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIBAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4° DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO.

CAPÍTULO I
Disposições Preliminares

Art. 1° - O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei n° 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei n° 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.469, DE 1998

(Do Sr. Jorge Wilson)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, obrigando a inserção de mensagens alusivas aos prejuízos da ingestão de bebidas na propaganda comercial.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. É acrescentado ao art. 4º da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, novo parágrafo com a seguinte redação:

§ 3º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas, em todos os veículos de comunicação social, conterá mensagem escrita ou falada com o seguinte conteúdo:

"O Ministério da Saúde adverte: a ingestão de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde"

Art. 2º. O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei no prazo de sessenta dias contados de sua publicação.

Art. 3º. Esta lei entra em vigor sessenta dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Medidas visando o combate ao consumo de derivados de tabaco e de álcool, foram incluídas na Constituição Federal em 1988. No entanto, somente foram implementadas a partir da aprovação por esta Casa da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996. Referida legislação estabeleceu restrições claras à propaganda comercial de derivados do tabaco e de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão, que passaram a veiculá-las apenas após às vinte e uma horas. No caso de fumo, a publicidade em todos os veículos de comunicação passou a incluir mensagens alusivas aos danos causados por esses produtos. No caso de bebidas alcoólicas, apenas as embalagens do produto passaram a conter mensagem, sugerindo aos consumidores que evitem o consumo excessivo de álcool.

O alcoolismo é problema social de grande importância em nosso país, tendo em vista os altos custos envolvidos no tratamento de doenças a ele associadas pelo sistema público de saúde. A perda de produtividade de seus usuários, com alto índice de absenteísmo e de licenças de trabalho, e a desagregação de núcleos familiares são outros fatores que apontam a necessidade de medidas mais restritivas à publicidade de bebidas alcoólicas, em especial àquela veiculada no rádio e televisão.

Assim sendo, pretendemos com a presente proposta obrigar a inserção de mensagem alusiva aos prejuízos causados à saúde pela ingestão destas bebidas, a exemplo da obrigatoriedade prevista na legislação vigente no caso de publicidade de derivados do tabaco.

Considerando a relevância do tema tratado, esperamos contar com o apoio de nossos pares na Câmara dos Deputados para a aprovação da proposição que ora apresentamos.

Sala das Sessões, em 06 de maio de 1998.

Deputado Jorge Wilson

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. 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. 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.

§ 1 - As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2 - Nas condições do "caput", as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.528, DE 1998
(DO SR. RAIMUNDO SANTOS)

Obriga a propaganda de bebidas alcoólicas a conter advertência sobre os perigos do alcoolismo e dá outras providências.

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

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA

Art. 1º Os anúncios, vídeos de propaganda e embalagens de bebidas alcoólicas conterão obrigatoriamente mensagem clara sobre os perigos do alcoolismo para a saúde e integridade psíquica dos consumidores.

Art. 2º A falta da mensagem de que trata a presente lei importará em multa equivalente a dez por cento das vendas do produto anunciado ou prestação equivalente de serviços sociais para recuperação de pessoas dependentes de quaisquer drogas reconhecidas como formadoras de dependência, inclusive de bebidas alcoólicas.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, em

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto pretende que à bebida alcoólica seja dado o mesmo tratamento comercial de propaganda que já é dado por lei ao cigarro. São ambos drogas que causam dependência, prejuízos extraordinários à saúde física e mental do cidadão e de sua família.

Das mais terríveis e desoladoras é a visão de uma família lidando desesperada com seu chefe ou um de seus filhos quando tenham caído no vício da

bebida. A saúde já deteriorada ele quase sempre passa a ser também dependente econômico, humilhado e desesperado sem poder livrar-se quer da dependência quer da vergonha de privar os que o amam da sua colaboração no sustento da família. Ou perdem o amor próprio e o auto-respeito ou fogem das responsabilidades na quase inconsciência do estado de embriaguez.

O problema muitas vezes pode ser evitado apenas por precaução desde o início da vida adolescente. Entretanto convidados e estimulados pelo charme das propagandas coloridas e movimentadas, com apelo da presença de símbolos de beleza de que se serve o consumo em massa dos vídeos de televisão, é difícil ao jovem não sucumbir ao primeiro gole, à alegria falsa dos seguintes e ao perigo dos demais.

Se o fumo oferece perigo ao pulmão e ao coração, o álcool igualmente oferece risco aos rins, ao fígado e, dependendo da quantidade e circunstância também ao coração e, certamente, ao cérebro. O risco é idêntico, motivo pelo qual pretendemos que sua comercialização tenha idêntico tratamento de prevenção contra os riscos de saúde.

È nossa justificativa.

Sala das Sessões, em 20 de maio de 1998.

Deputado Raimundo Santos

PROJETO DE LEI Nº 4.538, DE 1998
(DO SR. URSICINO QUEIROZ)

Distingue como crime o armazenamento, a venda ou a oferta de bebidas alcóolicas em estabelecimentos localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio público das rodovias.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Constitui crime o armazenamento, a venda ou a oferta de bebidas alcoólicas em estabelecimentos localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio público das rodovias, sujeitos, os mesmos, à pena de multa no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), e os respectivos proprietários, gerentes e empregados, na medida de sua culpabilidade, à pena de prestação de serviços à comunidade, pelo prazo de 3 (três) meses a 1 (um) ano.

Art. 2º Os estabelecimentos de que trata esta lei deverão afixar, em local visível ao público, aviso de que estão proibidos de comercializar bebidas alcoólicas.

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

JUSTIFICAÇÃO

Embora, recentemente, aprovado o novo Código de Trânsito Brasileiro, que traz parâmetros de fiscalização e penalidades mais severos, em relação ao consumo de bebidas alcoólicas pelo condutor de veículo automotor, julgo que é necessário adotar-se medida legal complementar, no que tange a essa matéria, pois são evidentes as dificuldades de se exercer a vigilância generalizada dos motoristas.

Refiro-me à proibição de que se comercialize bebidas alcoólicas às margens das rodovias, práticas que tem possibilitado, a um grande número de condutores imprudentes, muitos deles profissionais, ingerir dosagens do produto, completamente incompatíveis com a atividade exercida, ao volante dos veículos.

Não há como se negar o fato de que, estando, facilmente, disponíveis a bebida alcoólica, nos estabelecimentos lindeiros às estradas, muitos dos que dela não fariam uso em situação inversa, acabam cedendo à tentação de alguns goles que, todos sabemos, podem ser fatais.

Obviamente, sempre haverão aqueles que, seja por dependência, seja por sua natureza transgressora, não se absterão do álcool, ainda que determinações legais restritivas sejam implementadas. Os que este projeto pretende atingir, no entanto, são os motoristas sem motivação especial pela bebida - em realidade, a grande maioria - mas que, inadvertidamente, às vezes, se arriscam no consumo do produto, enquanto estão em viagem.

Analisando as propostas acerca do assunto, já em tramitação no Congresso Nacional, entendi que nenhuma delas, nem mesmo a oriunda do Poder Executivo, têm as necessárias abragência e precisão, no equacionamento do problema que se nos coloca.

Resolvi, por isso, submeter ao exame dos colegas e da sociedade, iniciativa que pretende dar novo enfoque. De fato, caracterizamos a venda de bebida alcoólica em estabelecimento contíguo à rodovia como ilícito penal - providência que apenas ao legislador federal caberia tomar, impondo multa à pessoa jurídica infratora e pena de prestação de serviços à comunidade, aos proprietários e responsáveis pelo funcionamento da casa comercial.

Como conseqüência desse tratamento, entendo que estará, sobremaneira, facilitada a fiscalização da medida proposta, não a cargo de um órgão específico, senão de todos os agentes de segurança pública competentes.

É o que tínhamos a propor.

Sala das Sessões, em 21 de maio de 1998.

Deputado Ursicino Queiroz

PROJETO DE LEI Nº 4.618, DE 1998
(DO SR. TELMO KIRST)

Torna obrigatória mensagem alusiva aos danos do alcoolismo sobre a saúde nas embalagens, e na divulgação de marcas de bebidas alcóolicas e dá outras providências.

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

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art.1° - O anúncios, "vídeos-clips" e outras forma de divulgação destinados a propaganda de bebidas alcoólicas conterão de modo claro e visível advertência relativa aos efeitos adversos que podem provocar sobre a saúde.

Art. 2° - As embalagens de bebidas que contenham álcool devem exibir de modo claro, além do teor alcoólico, indicação dos danos que a dosagem pode causar a saúde ou sobre exames quanto à medição de instrumentos de controle de trânsito.

Art. 3° - Os fabricantes e engarrafadores de bebidas têm 12 meses para adaptar os rótulos de sua embalagem a presente Lei.

Art.4° - No caso de produtos importados é responsabilidade do importador o cumprimento da presente Lei.

Art. 5ª - A infração da presente Lei é punível com multa equivalente ao custo de tratamento de um alcoólatra em clinica especializada pelo prazo de seis meses, reversível ao pagamento direto a clínica do sistema público de tratamento equivalente.

Art. 6° - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, em 17/06/98

JUSTIFICATIVA

A presente proposta justifica-se pela equidade do tratamento que é hoje dado aos anúncios de produtos do tabaco que devem conter mensagem alusiva aos prejuízos que podem trazer à saúde.

A presente proposição não tem, como algumas tramitando nesta Casa o propósito da proibição nem mesmo da inibição, mas da clara informação que torna o consumidor consciente e responsável pelos seus atos, sem infringir seu direito de liberdade e opção.

O distúrbio que possa trazer a saúde os derivados de tabaco não são maiores nem menores que aqueles causados pelo álcool. Ademais não nos parece justo que o Estado tenha que arcar com os gastos relativos ao resultado positivo que os fabricantes de bebidas alcoólicas obtém em forma de lucros originários do desaviso dos consumidores.

Para permitir a adaptação da programação dos fabricantes de bebida à nova forma de prevenção e advertência prevemos um prazo de 12 meses em que os estoques de embalagens e rótulos em uso deverão estar findas para encomendas das novas, já com os dísticos preventivos.

È nossa justificativa.

Sala das Sessões em 17/06/98

PROJETO DE LEI Nº 4.705, DE 1998
(DO SR. ELIAS MURAD)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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", estabelecendo novas normas para a publicidade de bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, modificando as normas para a publicidade de bebidas alcoólicas e estabelecendo restrições à publicidade de bebidas com teor alcoólico inferior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2° O art. 4° da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 4° A publicidade de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e uma horas e as seis horas.

§ 1° A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita ou falada, através da seguinte frase: "O Ministério da Saúde adverte: o consumo excessivo de álcool é prejudicial à saúde".

§2° Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do parágrafo anterior.

§3° A propaganda de bebidas alcoólicas não poderá utilizar-se de atores, modelos, figurantes ou personagens menores de dezoito anos, ou associar o produto a esportes olímpicos ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos, à sexualidade e a imagens ou idéias de maior êxito profissional, social ou sexual.

§ 4° A propaganda comercial de bebidas com teor alcoólico inferior a treze graus Gay Lussac será permitida em qualquer horário, excetuadas as inserções publicitárias e o merchandising em programas destinados à infância ou nos intervalos comerciais imediatamente antecedentes ou subseqüentes aos mesmos, inclusive nos filmes de classificação livre, respeitadas as demais disposições deste artigo."

Art. 3° Esta lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4° Revoga-se o o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996.

11/08/98

JUSTIFICAÇÃO

Inúmeras evidências estatísticas revelam que, nos últimos anos, tem crescido no País o consumo do álcool e a incidência do alcoolismo, especialmente entre os jovens. Acreditamos que as agressivas campanhas televisivas promovidas pelos produtores de bebidas de baixo teor alcoólico, decorrente da forte competição entre as marcas de maior consumo, estejam alavancando essa preocupante tendência.

As inserções publicitárias utilizam-se de forte apelo ao esporte, ao erotismo, ao sucesso social e à beleza física, em evidente desacordo com o espírito da Lei n° 9.294, de 1996, com a qual tive a honra de contribuir.

Embora tenhamos em mente os hábitos culturais do brasileiro e a importância econômica desse setor industrial, entendemos que o estímulo ao consumo de bebidas alcoólicas de baixo teor abre as portas ao alcoolismo, situação de dependência que lança a pessoa em dolorosa crise pessoal, reduz a sua produtividade no trabalho e prejudica as suas relações familiares.

Estamos convencidos, portanto, de que é preciso manter a propaganda de bebidas alcoólicas dentro dos limites traçados pela Lei n° 9.294/96, inclusive no caso de bebidas de baixo teor alcoólico.

Com tal enfoque, apresentamos esta proposição, que aperfeiçoa as limitações impostas pela Lei n° 9.294/96 e as estende, ainda que parcialmente, às

bebidas de baixo teor alcoólico. Para tal, é proposta a revogação do parágrafo único do art. 1° da lei vigente e a modificação do seu art. 4°.

Lembramos aos ilustres colegas, uma vez mais, os elevados custos sociais do alcoolismo, que agrava diversas doenças, tais como a diabetes, a cirrose hepática e a úlcera, e exacerba a violência no trânsito e na família.

Convencidos da relevância desta iniciativa, solicitamos aos nobres Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 11 de agosto de 1998.

Deputado ELIAS MURAD

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

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 § 4° DO ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Art. 1° - O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 § 4° 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. 4° - Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.796, DE 1998
(DO SR. VICENTE ANDRÉ GOMES)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º, do artigo 220 da Constituição Federal.

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

O Congresso Nacional Decreta:

Art. O artigo 4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido de um § 3° com a seguinte redação:

"Art. 4°.....
.....

§ 3° A propaganda, em qualquer meio de comunicação, conterá advertência, escrita e/ou falada, sobre os malefícios do álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, devendo variar a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação " O Ministério da Saúde Adverte":

I - O uso de bebida alcóolica prejudica a saúde;

II - O uso de bebida alcóolica leva à dependência psíquica;

III - O uso de bebida alcóolica pode causar a insuficiência hepática e cirrose;

IV - O uso de bebida alcóolica pode levar à epilepsia;

V - O uso de bebida alcóolica pode causar distúrbios gastrointestinais;

VI - Beber durante a gravidez pode causar danos ao desenvolvimento do feto."

Art. 2° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294 de 15 de julho de 1996, bem como o Decreto nº 2018, de 1º de outubro de 1996, que a regulamenta, são omissos quanto a advertência em propagandas sobre os males causados pelo uso de bebidas alcoólicas, limitando-se a exigir que conste nos rótulos das embalagens a expressão "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

O uso de bebidas alcoólicas é tão danoso quanto o consumo de cigarros, causa imensos prejuízos não somente àqueles que as ingerem mas também às famílias e à sociedade. Quantos acidentes automobilísticos com vítimas, muitas vezes fatais, ocorrem em função de motoristas alcoolizados? Quantas famílias desestruturadas devido a embriaguez de um dos pais? Quanta violência contra mulheres e crianças é perpetrada por pais alcoolizados?

É desnecessário falar das graves e danosas conseqüências que o álcool provoca na saúde e na sociedade, pois este é um assunto bastante difundido e, com certeza, muitos de nós congressistas, já vivemos problemas com amigos ou familiares vítimas do terrível vício do alcoolismo.

Urge neste momento corrigir o lapso da Lei nº 9.294/96 para divulgar à sociedade os riscos inerentes ao consumo da bebida alcoólica. Não podemos mais ver as propagandas de bebidas anunciarem seus produtos com um estampado de maravilhas e sermos, ao mesmo tempo, coniventes com esta situação.

É com este propósito que apresentamos este Projeto de Lei e conclamamos os nobres Pares desta Casa para sua análise e aprovação.

Sala das Sessões, em 21/10/98

Deputado Vicente André Gomes

"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 fumígeros, 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.

.....

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 Álcool".

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.

.....

.....

DECRETO Nº 2.018, DE 01 DE OUTUBRO DE 1996.

REGULAMENTA A LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E Á PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS, NOS TERMOS DO § 4º DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,

DECRETA:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

Art. 2º. Para os efeitos deste Decreto são adotadas as seguintes definições:

I - RECINTO COLETIVO: local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares. São excluídos do conceito os locais abertos ou ao ar livre, ainda que cercados ou de qualquer forma delimitados em seus contornos;

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 251, DE 1999
(DO SR. VALDEMAR COSTA NETO)

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo restrições para a venda de bebidas alcoólicas e dando outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O Parágrafo único do art. 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 qualquer teor alcoólico."

Art. 2º O § 2º do art. 2º da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º. .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput deste artigo e a existência de áreas destinadas exclusivamente a esse fim, nas aeronaves e veículos de transporte coletivo."

Art. 3º O parágrafo 2º do art. 3º da lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º. .....

§ 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, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa."

Artigo 4º É proibida a venda de bebidas alcoólicas, cigarros e outros derivados do tabaco para menores de dezoito anos, por quaisquer estabelecimentos, inclusive supermercados, tabacarias, lojas de conveniências, restaurantes, bares, boates, lanchonetes ou similares.

Artigo 5° Aplicam-se aos infratores desta lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – Multa de R$ 100 ,00a R$ 500,00;

II – Detenção de 1 a 3 anos.

Artigo 6° Esta Lei passará a vigorar na data de sua publicação.

Artigo 7° Revogam-se as disposições em contrário.

Justificativa

O presente projeto de lei visa a incluir as bebidas alcoólicas de maior consumo pela população brasileira – cervejas – entre os produtos alcançados pela Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 e a corrigir outras imperfeições da "Lei Elias Murad".

Os principais motivos para que a Lei 9.294/96 passe a alcançar todas as bebidas, inclusive as com teor alcoólico abaixo de 13°GL, foram trazidos a esta Casa pelo próprio Ministro da Saúde, através do Aviso 573 GM, cuja íntegra passa a fazer parte da justificativa deste projeto de lei e cujos trechos principais são os seguintes:

"O Serviço de atenção ao Alcoolismo e à Drogadição da Coordenação de Saúde Mental (do Ministério da Saúde) define como bebida alcoólica toda e qualquer bebida que em sua formulação contenha o álcool etílico – independentemente de seu grau de concentração."

"Todos os meses, a Coordenação de Saúde Mental (do Ministério da Saúde) recebe uma série de projetos de lei para análise e parecer, os pareceres elaborados pelo Serviço de Atenção ao Alcoolismo e à Drogadição da Coordenação de Saúde Mental, sempre fazem menção aos danos provocados pelo uso indevido de álcool e tem recomendado, insistentemente, a restrição à propaganda de bebidas alcoólicas – inclusive, e principalmente, aquelas com teor alcoólico inferior a 13° GL. Pesquisas realizadas no Brasil têm demonstrado que as bebidas consumidas em larga escala pela população em geral, inclusive crianças e adolescentes, são aquelas com teor alcoólico abaixo dos 13° GL."

Estes dados foram também confirmados pelo IV Levantamento sobre o Uso de Drogas entre Estudantes de 1° e 2° graus em 10 capitais brasileiras – 1997, realizado pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas – CEBRID da ESCOLA PAULISTA DE MEDICINA afirma que "A cerveja é a bebida usada com mais freqüência pelos estudantes (36,5%), seguida pelos vinhos (15,3%) da preferência."

O IV Levantamento conclui ainda que "embora o álcool seja uma droga legalizada e seu consumo seja aceito pela sociedade além de incentivado pela intensa propaganda, há indicação clara de um aumento de seu consumo, bastando lembrar que o uso pesado é certamente o caminho mais curto à dependência. Portanto, no mínimo a legislação sobre a propaganda desses produtos deve ser urgentemente revisada, já que a atual legislação (parágrafo único do artigo 1° da Lei 9.294/96) permite a propaganda de bebidas alcoólicas (cervejas e vinhos) em qualquer horário na televisão, desde que a bebida contenha até 13% de teor alcoólico, portanto, a cerveja e os vinhos escapam da restrição."

A proibição expressa da venda de bebidas alcoólicas e cigarros a menores de dezoito anos justifica-se, pois, hoje, alguns supermercados vendem estes produtos para crianças e adolescentes sob a alegação de que "não servem o produto, apenas vendem", o que torna necessário deixar explícita a proibição de venda destes produtos para menores, por qualquer tipo de estabelecimento comercial.

Outra providência que estamos propondo é a proibição total do fumo em aeronaves e veículos de transporte coletivo, pois a proibição parcial provou-se ineficaz e os malefícios causados "aos fumantes passivos" são similares aos que os próprios fumantes causam a si mesmos.

Sala das Sessões, em 11 de março de 1999.

Deputado Valdemar Costa Neto

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. 1º - O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 fumígero, 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.

.....

§ 2º É vedado o uso do 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.

.....

§ 2º A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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":

.....

.....

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a publicidade de produtos fumígeros 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. 6° É vedada a utilização de trajes desportivos para veicular propaganda dos produtos de que trata esta lei."

Art. 3° Fica suprimido o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.249, de 15 de julho de 1996.

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

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei n° 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.

.....

.....

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", estabelecendo limites adicionais à publicidade de produtos fumígeros 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 fumígero 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 fumígeros, 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 fumígero, 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.

§ 2°. A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3°. 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4°. Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5°. Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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. 4°. Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1°. 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.

§ 2°. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5°. As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4°, 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.

§ 1°. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2°. Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 931, DE 1999
(DO SR. LUIZ RIBEIRO)

Dispõe sobre mensagem de advertência a ser aposta nas embalagens de bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º O rótulo de bebidas fermentadas ou destiladas, de qualquer teor alcoólico, comercializadas em todo o território nacional, devem conter mensagem de advertência sobre os malefícios para a saúde acarretados pela ingestão continuada de álcool.

Parágrafo único. O disposto no caput aplica-se indistintamente às bebidas comercializadas nas lojas francas situadas em portos e aeroportos brasileiros.

Art. 2º A propaganda, em qualquer meio de comunicação, dos produtos de que trata esta lei deve estampar mensagens de advertência com o conteúdo a que alude o art. 1º na forma do regulamento.

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

JUSTIFICAÇÃO

Não resta a menor dúvida que a ingestão de bebidas alcoólicas de modo continuado, causam graves conseqüências ao organismo

humano, atingindo a integridade física e psíquica não só do indivíduo, mas também ao corpo social e familiar.

Raras são as famílias brasileiras que não têm pelo menos um caso de alcoolismo com todos os dolorosos desdobramentos que essa doença acarreta.

As estatísticas de atendimentos e de internações psiquiátricas, por outro lado, mostram que 80% dos casos atendidos pelo sistema de saúde naquela especialidade devem-se ao alcoolismo.

Merecem destaque as entidades que de forma competente e desinteressada dedicam-se à recuperação dos que padecem desse terrível vício, como é o caso dos Alcoólicos Anônimos, testemunha viva e pungente desse drama.

Assim, essa Proposição que ora apresentamos à apreciação desta Casa, embora represente apenas uma pequena iniciativa que, de forma alguma, resolve em definitivo o problema do vício do álcool, cremos tratar-se de medida educativa importante, mormente no que se refere a nossa juventude.

Desse modo, esperamos contar com o apoiamento de nossos ilustres Pares no Congresso Nacional com vistas à aprovação desse Projeto com tão grande alcance social.

Sala das Sessões, em 19 de Maio de 1999.

Deputado LUIZ RIBEIRO

PROJETO DE LEI Nº 963, DE 1999
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Altera dispositivo da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no *caput*:

I – 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;

II – em quaisquer dependências dos estabelecimentos de educação infantil, ensino fundamental e ensino médio".

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Existe hoje em dia uma consciência de que a sociedade e o poder público devem empenhar-se fundo no combate ao tabagismo, que tantos e tamanhos males causam à saúde não só dos fumantes, mas também das pessoas que com eles são obrigados a conviver.

É universalmente reconhecido e aceito o potencial de utilização do sistema educacional na orientação dos estudantes, das famílias e da comunidade em relação aos problemas do tabagismo. Fundamental é que os próprios estabelecimentos de ensino dêem o exemplo e que, neles, seja proibido fumar em qualquer dependência escolar que seja.

Ora, a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que foi feita especificamente para disciplinar esta matéria, é excessivamente medrosa quando aborda a questão do fumo nas escolas, na medida em que proíbe fumar nas salas de aula, na biblioteca e nas demais dependências de uso coletivo, porém, indiretamente, admite que as pessoas fumem nas áreas externas e em recintos destinados exclusivamente a esse fim, desde que devidamente isolados e com arejamento conveniente.

Nossa proposta é que o disposto no § 1º , no que concerne às salas de aulas, bibliotecas, etc., valha, quando muito, para estabelecimentos de ensino superior, mas de forma alguma para os estabelecimentos de ensino de outros níveis. Nestes, a proibição deve ser pura, simples e radical. É tal o sentido da nova redação que pretendemos dar à Lei.

Sala das Sessões, em 19 de MAIO de 1999.

Deputado Ronaldo Vasconcellos

"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. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 do 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 964, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Modifica a Lei nº 9.294, de 1996, proibindo a oferta e a ingestão de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

"§ 3º São vedadas a oferta e a ingestão de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo, devendo-se advertir os passageiros previamente acerca da proibição."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A oferta de bebidas alcoólicas em aeronaves e, mais recentemente, em alguns ônibus interestaduais, sempre foi tida como requisito para caracterizar um bom serviço de atendimento de bordo. Vem servindo para conquistar a simpatia de

consumidores mais exigentes e para tranqüilizar usuários mais amedrontados com as circunstâncias das viagens.

Tem-se observado, no entanto, que essa regalia não gera apenas bem-estar no interior dos veículos. Apesar da maioria dos passageiros lidar de forma conveniente com a ingestão do álcool, é cada vez maior o número de experiências desagradáveis, relatadas por funcionários das empresas, envolvendo o consumo de bebidas alcoólicas. Pessoas passam a falar alto, a incomodar os demais passageiros, a destratar os comissários e a desobedecer as regras do transporte. As atitudes inconvenientes de apenas um passageiro passam a transformar a viagem de todos os demais num martírio.

Tal situação, havendo a possibilidade da oferta e do consumo de bebidas alcoólicas no interior dos veículos, é incapaz de ser evitada. Primeiro, porque são muito variados os limites de resistência de cada pessoa em relação à ingestão do álcool; enquanto duas latinhas de cerveja podem transformar o comportamento de alguns, outros não se alterarão nem mesmo com algumas doses de uísque. Segundo, porque é virtualmente impossível para os comissários de bordo detectar os casos de passageiros que estejam prestes a ultrapassar seu "limite de consumo", a partir do qual podem representar ameaça ao conforto e à segurança do transporte.

O mais plausível, diante desse quadro, é simplesmente proibir-se a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo. Trata-se da única medida capaz de atenuar as ocorrências indesejadas de que se falou, embora sempre exista a possibilidade do passageiro embriagar-se antes de ingressar no veículo.

Esperamos que essa decisão seja compreendida pela comunidade dos usuários, mais preocupada, temos certeza, com a qualidade e a segurança do transporte do que com os mimos oferecidos pelas companhias de ônibus e aviação.

Sala das Sessões, em de de 1999.

19/05/99

Deputado Luiz Bittencourt

"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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.056, 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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", tornando obrigatória a divulgação, nas embalagens de cigarro e de bebidas alcoólicas, as doenças provocadas por estes produtos.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - O § 4º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º - .....
.....

§ 4º - Nas embalagens deverá conter a relação de todas as doenças provocadas pelo consumo de produtos fumígeros, derivado ou não do tabaco, de forma legível, em uma das laterais dos maços, carteiras e pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

....."

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

Art. 4º - .....
.....

§ 2º - Os rótulos das embalagens de bebidas alcóolicas conterão a relação das doenças causadas pelo consumo excessivo de álcool.

....."

Art. 3º - O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data da sua publicação.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor em noventa dias, contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Grande tem sido a preocupação dos profissionais de saúde no Brasil e no mundo com relação às doenças provocadas pelo fumo e consumo excessivo de bebidas alcóolicas diante dos alarmantes índices de mortalidade registrados nos últimos anos.

O ministro da saúde resolveu implantar uma medida drástica com relação aos gastos que o sistema público de saúde vem tendo com pacientes de doenças conseqüentes do fumo; anunciou há alguns meses que o SUS exigirá indenização das indústrias tabagistas.

Vários fumantes inveterados, já consumidos por uma, ou mesmo várias doenças provocadas pelo cigarro, estão impetrando ações contra as indústrias, exigindo também indenização.

No dia 31 de maio, Dia Mundial sem Tabaco, o Jornal Folha de São Paulo iniciou uma série de reportagens alertando sobre as consequências do tabagismo, e afirma que, no futuro, esta será a principal causa mortis e que os riscos estão aumentando para os jovens fumantes.

Hoje, no Brasil, há 33 milhões de fumantes. Destes, 5 milhões são jovens; um em cada quatro jovens que começa a fumar aos 15 anos, podem morrer depois dos 34 anos por causa do cigarro. Ainda, segundo a reportagem, em 2020, 10 milhões de pessoas vão morrer por ano de-

vido ao tabagismo; até 2025, 200 milhões de jovens podem morrer de doenças relacionadas com o tabaco.

Estes são números assustadores projetados pela OMS, Organização Mundial de Saúde, e precisam ser do conhecimento dos principais interessados. Há 25 doenças relacionadas com o cigarro, sendo que ele o responsável pelo câncer de pulmão em 90% dos casos.

Em cada tragada são ingeridas, além da nicotina, 4.700 substâncias tóxicas como o arsênico, monóxido de carbono, elementos radioativos, corantes e agrotóxicos.

No entanto, apesar da Lei nº 9.294, as indústrias tabagistas continuam fazendo propagandas em horários nobres da TV, vendendo a ilusão de que quem fuma é mais bonito, sensual, rico, corajoso, tem estilo, entre outras bobagens. Por estes motivos, apresento a proposição em tela visando impedir o ilusionismo, obrigando as indústrias a escreverem nas embalagens dos cigarros os malefícios provocados pelo consumo do tabaco.

Por fim, estendo a medida também às bebidas alcóolicas, por entender que a realidade de consumo, consequências negativas para a saúde, e para a vida são semelhantes àquelas provocadas pelo fumo.

Pelo exposto, peço o apoiamento dos nobres pares ao projeto de lei que ora apresento.

Sala das Sessões, em de de 1999.

01/06/99

Deputado BISPO RODRIGUES

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI"

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

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. 2º - É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 do 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. 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".

.....

.....

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

Ofício nº P-622/00 Brasília, 15 de Agosto de 2000.

Defiro. Apense-se o PL nº 1.100/99 ao PL nº 4.846/94.
Oficie-se e, após, publique-se.
Em 07/11/00 PRESIDENTE

Senhor Presidente,

Solicito a Vossa Excelência providenciar a apensação do PL nº 1.100/99, do Deputado Ursicino Queiroz, que "acrecenta dispositivo ao art. 63 da Lei das Contravenções Penais", ao PL nº 4.846/94, por tratarem de matéria análoga, conforme requerimento anexo do Deputado Roland Lavigne, relator de uma das proposições nesta Comissão.

Certo de contar com a atenção de Vossa Excelência, antecipadamente agradeço renovando protestos de estima e consideração.

Deputado **RONALDO CEZAR COELHO**
Presidente

À Sua Excelência o Senhor
Deputado MICHEL TEMER
DD. Presidente da Câmara dos Deputados
N E S T A

PROJETO DE LEI N.º 1.100, DE 1999

(DO SR. URSICINO QUEIROZ)

Acrescenta dispositivo ao art. 63 da Lei das Contravenções Penais.

DESPACHO:
(APENSE-SE AO PL-4846/1994)

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

SUMÁRIO

I – Projeto inicial

II – Na Comissão de Constituição e Justiça e de Redação:
- emenda apresentada ao Projeto

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 63 do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

"Art. 63. .....

.....

Parágrafo único. Na hipótese do inciso II, a pena aplica-se em dobro, sem prejuízo da responsabilidade civil, se o agente é proprietário de bares, restaurantes ou similares, e sabe tratar-se de pessoa que esteja conduzindo veículo automotor de vias terrestres."

Art. 2º . Esta lei entra em vigor 30 (trinta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcóolicas segue, como o responsável por uma grande parte dos acidentes de trânsito, sendo infelizmente assustador o número de vítimas fatais, ou que ficam com seqüelas físicas e psicológicas para o resto de suas vidas.

O novo Código de Trânsito Brasileiro endureceu o tratamento penal dispensado aos condutores alcoolizados, sábia medida na direção da reversão daqueles números.

Mas é preciso mais.

Quem vende bebidas alcóolicas em bares, restaurantes ou similares deve ter o senso de responsabilidade necessário para evitar que a bebida continue chegando a quem já se mostra embriagado, mormente quando se sabe que este indivíduo está conduzindo veiculo automotor.

A Lei das Contravenções Penais pune quem serve bebidas a quem se acha em estado de embriaguez (art. 63, II). Evidentemente, a pena há de ser dobrada, sem prejuízo da responsabilidade civil, para a hipótese que ora estamos a abordar. Os donos dos estabelecimentos comerciais citados têm importante papel a cumprir na redução dos acidentes de trânsito envolvendo o consumo de álcool. O direito de comercializar bebidas não poder ser exercido de maneira irresponsável.

Contamos com o apoio de nossos Pares para a aprovação desta importante proposição.

Sala das Sessões, em 26 de junho de 1999.

Deputado URSICINO QUEIROZ

08/06/99

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI"

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 03 DE OUTUBRO DE 1941.

LEI DAS CONTRAVENÇÕES PENAIS

.....

Parte Especial

.....

CAPÍTULO VII
Das Contravenções Relativas à Polícia de Costumes

- Bebidas alcoólicas

Art. 63 - Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de 18 (dezoito) anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de freqüentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, ou multa.

.....

.....

EMENDA Nº
01/99

PROJETO DE LEI Nº	CLASSIFICAÇÃO		
1100/99	() SUPRESSIVA	() SUBSTITUTIVA	() ADITIVA
	() AGLUTINATIVA	() MODIFICATIVA	

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

AUTOR	PARTIDO	UF	PAGINA
DEPUTADO JOSÉ CARLOS ALELUIA	PFL	BA	

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.100, DE 1999

Acrescenta dispositivo ao Código Penal.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, passa a vigorar acrescido do seguinte art. 132A:

"Bebidas Alcoólicas

Art. 132A. Servir bebidas alcoólicas:

I – a menor de 18 (dezoito) anos;

II – a quem se acha em estado de embriaguez;

III – a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV – a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de freqüentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa.

Parágrafo único. Na hipótese do inciso II, a pena aplica-se em dobro, sem prejuízo da responsabilidade civil, se o agente é proprietário de bares, restaurantes ou similares, e sabe tratar-se de pessoa que esteja conduzindo veículo automotor de vias terrestres."

Art. 2º Esta lei entra em vigor 30 (trinta) dias após a sua publicação.

Art. 3º Revoga-se o art. 63 do Decreto-lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941.

25/5/99

PARLAMENTAR

ASSINATURA

EMENDA Nº

PROJETO DE LEI Nº	CLASSIFICAÇÃO		
1100/99	() SUPRESSIVA	() SUBSTITUTIVA	() ADITIVA
	() AGLUTINATIVA	() MODIFICATIVA	

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO

AUTOR	PARTIDO	UF	PAGINA
DEPUTADO JOSÉ CARLOS ALELUIA	PFL	BA	

JUSTIFICAÇÃO

É bastante oportuno o projeto de lei apresentado pelo nobre Deputado Ursicino Queiroz, no sentido de responsabilizar penalmente os agentes que vendem bebidas alcoólicas em bares, restaurantes ou similares, principalmente quando a bebida continua chegando para aqueles que já se mostram embriagados, e se sabe que se tratam de condutores de veículos automotores.

Entendemos que se faz imperioso colher as condutas hoje definidas pelo art. 63 da lei das contravenções penais (inclusive o parágrafo único proposto pelo projeto) e transformá-las em crime, com penas mais severas – e a detenção é mais grave do que a prisão simples.

Para tanto, apresentamos este substitutivo, introduzindo as referidas condutas no Código Penal, no capítulo relativo à "periclitação da vida e da saúde", na medida em que o que se quer evitar, justamente, é o perigo decorrente do consumo impróprio de bebidas alcoólicas.

Sala da Comissão, em de de 1999.

Deputado JOSÉ CARLOS ALELUIA

25/05/99
DATA

PARLAMENTAR

PROJETO DE LEI Nº 1.151, DE 1999
(DO SR. FEU ROSA)

Acrescenta dispositivo ao Código Penal, distinguindo como crime o armazenamento, a venda ou a oferta de bebida alcoólica em posto de abastecimento de combustíveis.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, de acordo com a reforma da Lei nº 7.209, de 11 de julho de 1984, passa a vigorar acrescido do seguinte dispositivo:

"*Art 262-A. Armazenar, vender ou ofertar bebida alcoólica em posto de abastecimento de combustíveis, ou em estabelecimentos a ele conjugados:*

Pena - prestação de serviço à comunidade, de três meses a um ano, e multa." (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor sessenta dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O novo Código de Trânsito veio trazer uma contribuição inestimável ao combate à ingestão de bebidas alcoólicas pelos condutores de veículos. De um lado, reduziu o índice de alcoolemia tolerado para a prática da direção. De outro, elevou as penalidades a que estão submetidos os motoristas flagrados sob o efeito do álcool.

Sob o impacto de tais medidas, presenciou-se uma redução expressiva do número de acidentes envolvendo condutores alcoolizados. Há, no entanto, muito trabalho ainda a ser feito para trazer a percentuais toleráveis os desastres e atropelamentos relacionados ao consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

É necessário, primeiro, privilegiar ações educativas, que possibilitem aumentar o grau de conscientização dos motoristas em relação ao problema. Segundo, deve-se intensificar a fiscalização de trânsito, a fim de que o rigor da lei alcance, de fato, os infratores. Terceiro, convém coibir a comercialização de bebidas alcoólicas em estabelecimentos freqüentados, primordialmente, por condutores de veículos, caso dos postos de abastecimento de combustíveis.

Essa última providência é que se procura implementar com a presente iniciativa. Como se pode depreender do que já dissemos, não se trata de uma panacéia. É preciso uma junção de disposições para que o controle da ingestão de bebidas alcoólicas pelos motoristas se dê de maneira eficaz.

Acreditamos, todavia, que a proibição do armazenamento, da venda e da oferta de bebidas alcoólicas nos postos de abastecimento de combustíveis e estabelecimentos a eles conjugados pode representar um grande desestímulo ao condutor que não tem compulsão pelo álcool, mas que, pela oportunidade oferecida de tomar uma "cervejinha" enquanto abastece o veículo ou almoça em restaurantes ou lanchonetes integradas aos postos de gasolina, esquece-se das imposições da lei e dos malefícios do álcool para uma direção segura.

Essa a razão que nos faz acreditar na eficácia desta proposta.

Sala das Sessões, em 10 de JUNHO de 1999.

Deputado Feu Rosa

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CÓDIGO PENAL

DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 07 DE DEZEMBRO DE 1940.

CÓDIGO PENAL

.....

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VIII
Dos Crimes Contra a Incolumidade Pública

.....

CAPÍTULO II
Dos Crimes Contra a Segurança dos Meios de Comunicação e Transporte e Outros Serviços Públicos

.....

- Atentado contra a segurança de outro meio de transporte

Art. 262. Expor a perigo outro meio de transporte público, impedir-lhe ou dificultar-lhe o funcionamento:

Pena - detenção, de 1 (um) a 2 (dois) anos.

§ 1º Se do fato resulta desastre, a pena é de reclusão, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos.

§ 2º No caso de culpa, se ocorre desastre:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano.

.....

.....

LEI Nº 7.209, DE 11 DE JULHO DE 1984

ALTERA DISPOSITIVOS DO DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 07 DE DEZEMBRO DE 1940 - CÓDIGO PENAL, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Presidente da República:
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

Art. 1º. O Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, passa a vigorar com as seguintes alterações:

**Alterações processadas diretamente no texto do CP, arts. 1º a 120.*

Art. 2º. São canceladas, na Parte Especial do Código Penal e nas leis especiais alcançadas pelo art. 12 do Código Penal, quaisquer referências a valores de multas, substituindo-se a expressão multa de por multa.

Art. 3º. Dentro de 1 (um) ano, a contar da vigência desta Lei, a União, Estados, Distrito Federal e Territórios tomarão as providências necessárias para a efetiva execução das penas restritivas de direitos, sem prejuízo da imediata aplicação e do cumprimento dessas penas onde seja isso possível.

Parágrafo único. Nas comarcas onde ainda não for possível a execução das penas previstas nos incisos I e III do art. 43 do Código Penal, poderá o juiz, até o vencimento do prazo de que trata este artigo, optar pela concessão da suspensão condicional, observado, no que couber, o disposto nos art. 77 a 82 do mesmo Código.

Art. 4º. O Poder Executivo fará republicar o Código Penal com seu texto atualizado.

Art. 5º. Esta Lei entra em vigor 6 (seis) meses após a data de sua publicação.

Brasília, em 11 de julho de 1984; 163º da Independência e 96º da República.

JOÃO FIGUEIREDO

PROJETO DE LEI Nº 1.160, DE 1999
(DO SR. BISPO RODRIGUES)

Proíbe comercializar, fornecer ou servir bebida com qualquer teor alcoólico às margens das rodovias federais, estaduais e municipais.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica proibido comercializar, fornecer ou servir bebida, com qualquer teor alcoólico, às margens das rodovias federais, estaduais e municipais.

Art. 2º Ao estabelecimento comercial que infringir o disposto no artigo precedente, a autoridade de trânsito com jurisdição sobre a via aplicará multa de valor correspondente a 1000 (mil) UFIR.

§ 1º A reincidência da infração será punida com a duplicação da multa inicial.

§ 2º A partir da segunda reincidência, além da duplicação da penalidade pecuniária, aplicar-se-á medida administrativa de fechamento do estabelecimento, por trinta dias.

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias, a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Droga depressora do Sistema Nervoso Central, o álcool quando ingerido em pequena quantidade provoca desinibição emocional, alguma excitação e sensação de bem estar. Em doses maiores, a ação sedativa sobre o organismo diminui a coordenação motora e altera os reflexos, comprometendo as noções corretas de distância, profundidade e velocidade.

Estas alterações influenciam sobremodo o comportamento na direção de um veículo, tornando o motorista embriagado um risco à segurança do trânsito.

Dados da Companhia de Engenharia de Tráfego – CET – de São Paulo demonstram que uma pessoa de 70 kg consumindo quatro copos de cerveja aumenta em quatro vezes o risco de bater o carro. As chances de provocar acidentes elevam-se 40 vezes com a ingestão de nove copos de cerveja.

A experiência de outros países que controlam os acidentes de trânsito em estatísticas detalhadas por causas e efeitos, considerando o consumo de drogas e álcool, mostra a relação entre dispositivos legais severos de controle da utilização das substâncias citadas, fiscalização atuante, obrigatoriedade de participação dos infratores em cursos de reeducação no trânsito ou tratamento de recuperação e a diminuição do consumo daqueles produtos e o decréscimo dos acidentes de trânsito.

O costume de dirigir alcoolizado é um grave problema social, potencializado quando o veículo é conduzido em rodovias, nas quais o ato de dirigir requer atenção e cuidados especiais devido às peculiaridades de sinalização, tráfego maior de veículos pesados, aclives e declives acentuados, freqüência de curvas, ultrapassagens, presença de animais na pista, entre outros aspectos distintos da circulação urbana.

Pretende-se com a proposta aqui apresentada complementar as disposições do Código de Trânsito Brasileiro em relação à direção perigosa sob o efeito do álcool, cujo escopo registra um avanço inquestionável se comparado ao antigo código, quanto à diminuição da tolerância da presença de álcool no sangue, penalidades severas e aos crimes de trânsito.

Trata-se da proibição de vender, fornecer ou doar bebida alcoólica às margens das rodovias brasileiras, para desestimular o consumo do álcool, contribuindo para o aumento da segurança no trânsito mediante a diminuição do número de sinistros.

Pelo alcance social elevado, contamos com o apoio dos nossos Pares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 10 de 06 de 1999.

Deputado **Bispo Rodrigues**

90272700.150

PROJETO DE LEI Nº 1.277, DE 1999
(DO SR. FREIRE JÚNIOR)

Altera dispositivo da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelecendo nova definição para bebida alcoólica.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O parágrafo único do artigo 1° da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 1° .....

Parágrafo único Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta Lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico, medido em graus Gay Lussac."

Art. 2° O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 dias.

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

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294, sancionada em julho de 1996, constituiu-se em importante avanço no disciplinamento do uso do cigarros e outros derivados do tabaco, de medicamentos, terapias, defensivos agrícolas e bebidas alcoólicas.

No tocante à bebida alcoólica, contudo, entendemos ter havido uma grava falha no que seria alcançado pelas restrições legais. Optou-se por limitar a propaganda apenas para as bebidas que contivessem teor alcoólico superior a 13 graus Gay Lussac.

A nosso ver, os maléficos efeitos do álcool serão atingidos, também, pela - **Gestão de bebidas cofia alcoólico,** basta que se as consuma em maior volume, obviamente.

Ademais, a nocividade do consumo de bebidas alcoólicas não se encontra apenas nos efeitos do excesso de ingestão por cada indivíduo.

O estimulo ao uso de bebidas de menor teor constitui-se, na prática, como uma verdadeira iniciação ao vício.

Este vicio, o alcoolismo, como todos sabem, aprisiona milhões de brasileiros, levando-os à completa destruição e a de suas famílias.

Com certeza, trata-se da pior de todas as drogas.

Assim, permitir que jovens e crianças sejam levados a consumir bebidas de menor teor alcoólico, estimulados por propagandas sofisticadas, falaciosas e caríssimas, que associam o vicio ao sucesso, ao esporte, às mulheres bonitas, às praias lindas, entre outras maravilhas, constitui-se num verdadeiro crime.

Esta proposição, que reapresentamos, de iniciativa original do Deputado Elias Murad, pretende, portanto, corrigir o equívoco inscrito na Lei 9.294/96, estendendo as restrições da propaganda às bebidas com qualquer teor

alcoólico.

Diante do exposto e considerando a relevância da matéria, conclamamos os ilustres pares a aprovar este projeto de lei.

Sala das Sessões, em 23 de 06 de1999

Deputado FREIRE JÚNIOR

"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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.382, DE 1999
(DO SR. GLYCON TERRA PINTO)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, fica acrescido do artigo a seguir:

"Art. 9ºA É proibida a participação em competições oficiais de atleta que tenha feito propaganda comercial de bebida alcoólica nos 12 meses anteriores à data de início do campeonato ou pretenda fazê-lo nos 12 meses posteriores.

Parágrafo único. Aplicam-se ao infrator do disposto no *caput* deste artigo as seguintes sanções:

I - no caso de ser réu primário, multa no valor de 10.000 UFIRs (dez mil Unidades Financeiras de Referência) e exclusão imediata de competição desportiva de que esteja participando;

II - em caso de reincidência, multa em dobro, exclusão imediata de competição desportiva de que esteja participando e inabilitação para inscrição em campeonato ou torneio pelo período de

18 (dezoito meses), a contar da data de veiculação da peça publicitária em qualquer meio de comunicação".

Art. 2º. Suprima-se o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 16 de julho de 1996.

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

JUSTIFICAÇÃO

São por demais conhecidos os malefícios causados pelo consumo de bebidas alcoólicas, e a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, veio em boa hora disciplinar o uso e a propaganda desses e outros produtos tão nocivos à saúde física e mental.

Contudo, ao definir como bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treza graus Gay Lussac, referida lei deixa uma brecha para que as cervejarias continuem presentes na área do desporto, não só na forma de patrocínio de eventos desportivos, como também na comercialização de seus produtos nos estádios. Ora, sabidamente, é a cerveja a porta de entrada para o vício do alcoolismo.

Essa brecha também possibilita que a propaganda seja feita com a participação de atletas bem sucedidos, sugerindo-se, enganosamente, uma associação entre o consumo de álcool e o bem-estar físico e mental das pessoas. O objetivo do texto que ora submeto ao exame dos nobre pares é, precisamente, coibir os abusos e impedir que atletas olímpicos e de competição atuem como garotos-propaganda em peças publicitárias destinadas a incentivar o uso de bebidas alcoólicas e, assim, promovam o alcoolismo em nosso País.

Sala das Sessões, em 03 de 08 de 1999.

Deputado Glycon Terra Pinto

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art.221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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. 9º Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa de R$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinqüenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.408, DE 1999
(DO SR. GLYCON TERRA PINTO)

Determina a veiculação de mensagem de advertência, na propaganda de bebidas alcoólicas, relativa aos malefícios decorrentes do seu consumo.

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

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", determinando a veiculação de mensagem de advertência, na propaganda de bebidas alcoólicas, relativa aos malefícios decorrentes do seu consumo.

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

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I – A propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

II – A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita e falada, através das seguintes frases, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação " O Ministério da Saúde adverte":

a) "O consumo de álcool é prejudicial à saúde

b) " O consumo de álcool reduz os reflexos: não dirija após ingerir bebidas alcoólicas"

c) " O consumo do álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê"

d) " Não beba ao dirigir e não dirija ao beber"

III – Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do inciso anterior.

IV – A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Diversas pesquisas de reconhecida seriedade acadêmica mostram que o consumo de bebidas alcoólicas cresceu, nos últimos anos, em diversos estados, a exemplo do Rio Grande do Sul e do Distrito Federal.

Tal crescimento observa-se, em especial, entre os adolescentes. Acredito que uma das razões para tal expansão se deva à publicidade de bebidas alcoólicas na televisão, que desenvolve uma postura permissiva da juventude em relação ao álcool.

Tal publicidade explora, inclusive, temas como a sexualidade, o esporte e o prestígio social, em tese proibidos pela Lei nº 9.294, de 1996.

Um importante recurso para conscientizar o jovem quanto aos riscos do alcoolismo, que incluem a maior incidência de diversas doenças e limitações na capacidade produtiva do cidadão, além de potenciais conflitos sociais e familiares, é obrigar à inserção de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas.

Com tal finalidade ofereço esta proposição, que modifica a norma vigente, obrigando à inserção desse tipo de mensagem. Estamos convencidos da eficácia desse tipo de recurso publicitário, já comprovado em diversos estudos de comportamento do consumidor.

Ciente da importância da proposta, peço, pois, aos nobres Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala de Sessões, em de de 1999.

04/08/99

Deputado GLYCON TERRA PINTO
Com Deus Vamos Mudar Este País

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.490, DE 1999
((DO SR. NEUTON LIMA)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas nas dependências dos postos de gasolina, situados em áreas urbanas e nas rodovias, lojas de conveniência e também nos restaurantes localizados às margens das rodovias.

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

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1° Fica proibida a venda de bebidas alcoólicas nas dependências dos postos de gasolina situados em áreas urbanas ou nas rodovias, lojas de conveniência e também nos restaurantes localizados às margens das rodovias.

Art. 2° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇAO

A embriaguez ao volante é comprovadamente uma das principais causas de acidentes de trânsito em nosso País, que provocam danos seríssimos e até a morte das vítimas. Diante desse fato o Código de Trânsito Brasileiro

intensificou as punições para o motorista flagrado embriagado ao conduzir um veículo.

Ocorre que, mesmo com o rigor do Código, as autoridades de trânsito já vêm observando crescentes abusos dos motoristas e um aumento na ocorrência de infrações. Dessa forma, e especificamente com relação à ingerência de álcool pelos motoristas, qualquer medida de controle será benvinda. Assim que, será muito importante coibir o acesso a bebidas alcóolicas em certos locais de passagem constante de motoristas e viajantes, como por exemplo os postos de gasolina, situados tanto nas áreas urbanas como nas rodovias, e os restaurantes localizados às margens das rodovias.

Esta a razão de apresentarmos o presente projeto de lei, que esperamos vê-lo aprovado pelos ilustres pares.

Sala das Sessões, em de de 1999

12/08/99

NEUTON LIMA
Deputado Federal

PROJETO DE LEI Nº 1.512, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo o "merchandising" de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

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

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo o "merchandising" de bebidas alcoólicas nas emissoras de televisão.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo:

"Art. 4º .....

.....

§ 3º Os programas veiculados pelas emissoras de radiodifusão de sons e imagens no horário compreendido entre as seis horas e as vinte e uma horas não poderão apresentar atores, jornalistas ou entrevistados consumindo bebida alcoólica ou descrevendo o produto, sua embalagem ou sua caracterização."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de bebidas alcoólicas cresceu, nos últimos anos, em nosso País, em especial entre os adolescentes, como ilustram várias reportagens veiculadas em jornais diários de grande circulação. Estudos acadêmicos comprovam que em diversos estados, inclusive no Distrito Federal, tal tendência é alarmante.

Uma das razões apontadas para esse crescimento no consumo do álcool é a propaganda de bebidas alcoólicas na televisão. Embora sujeita às limitações da Lei nº 9.294/96, a publicidade de álcool continua a ser eficaz, atraindo novos consumidores em escala crescente.

A citada lei, embora seja um marco na história da propaganda no Brasil, mostra-se, ainda, ineficaz diante da criatividade dos nossos publicitários. Preocupa-nos, em especial, a liberalidade dessa norma quanto ao "merchandising" de bebidas alcoólicas.

Com o objetivo de aperfeiçoar o dispositivo, ofereço à Casa esta proposição, que proíbe a veiculação, nas emissoras de televisão, de "merchandising" de bebidas alcoólicas, seja pela apresentação de artistas consumindo o produto, seja pela descrição de suas características.

Convencido da importância da proposta, peço aos Pares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 1999.

Deputado LUIZ BITTENCOURT

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
Da Ordem Social

.....

CAPÍTULO V
Da Comunicação Social

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 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. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2 e 4, 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.599, DE 1999
(DO SR. LINCOLN PORTELLA)

Dispõe sobre restrições à propaganda de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° A presente lei altera a redação do art. 3º da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", estabelecendo restrições adicionais à propaganda de derivados do tabaco.

Art. 2° O art. 3° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3° É vedada, nas emissoras de rádio e televisão, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, sendo somente permitida em jornais, revistas e demais veículos impressos,.

§ 1° A propaganda comercial dos produtos referidos no caput, em jornais, revistas e demais veículos impressos, deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

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

II - não atribuir ao produto propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou tensão, ou qualquer efeito similar;

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

IV - não associar o produto à prática de esportes;

V - não sugerir ou induzir o consumo do produto em locais ou situações perigosas ou ilegais;

VI - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VII - não incluir a participação de crianças ou adolescentes, ou a eles dirigir-se.

§ 2° A propaganda conterá advertência escrita sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada três meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva, sempre 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 de úlcera do estômago;

V- evite fumar na presença de crianças;

VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3° As embalagens, exceto se destinadas à exportação, conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior, usadas de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, ingeridas, de forma legível e ostensiva, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

Art. 4° Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Ao regular a matéria em exame, a Constituição Federal, em seu art. 220, § 4°, estabelece a possibilidade de serem impostas limitações à propaganda de tabaco e bebidas alcoólicas.

"art. 220 .....

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes do seu uso."

Referido dispositivo constitucional foi regulamentado pela Lei n° 9294, de 15 de julho de 1996, que apenas restringe, no caso de emissoras de rádio e televisão, os horários para veiculação da propaganda comercial de tabaco. Esses veículos exercem forte influência sobre jovens e adolescentes, o que recomenda a adoção de medidas, no sentido de diminuir o consumo de produtos derivados do fumo, que, comprovadamente, causam danos à saúde da população e ocasionam altos custos arcados por toda a sociedade.

O projeto de lei que ora apresentamos tem como objetivo, portanto, modificar a redação do art. 3° da Lei n° 9294, vedando, expressamente, a propaganda comercial de tabaco nas emissoras de rádio e televisão.

Pela relevância da matéria objeto da presente proposta, esperamos contar com o apoio de nossos pares nesta Casa para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 01 de Setembro de 1999.

Deputado Lincoln Portella

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 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 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

** § 2º com redação dada pela Medida Provisória nº 1.912-7, de 27/08/1999.*

*** O texto anterior dizia:**

"§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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."

§ 3° 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.2 conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.706, DE 1999
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Dá nova redação ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica revogado o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 2º Dê-se ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, a seguinte redação:

"Art. 4º Somente será permitida a propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico nas emissoras de rádio e televisão e nas emissoras de televisão por assinatura entre as vinte e duas e as seis horas."

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

JUSTIFICAÇÃO

O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, permite a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas. Ocorre que o parágrafo único do art. 1º considera bebidas alcoólicas, para os efeitos da Lei, somente as bebidas com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Com isto são deixadas fora da disciplina legal estabelecida, basicamente, as bebidas não destiladas, onde se destacam as cervejas e os vinhos, como a dar a entender que o seu consumo exagerado não traz malefícios. Sabemos todos que isto não é verdade. Uma pessoa pode embriagar-se consumindo cerveja ou vinho da mesma forma que bebendo cachaça ou uísque.

Entendemos, ainda, que a publicidade de bebidas alcoólicas, nas emissoras de rádio e TV, inclusive nas televisões por assinatura, só deve ser permitida a partir das vinte e duas horas.

Por estes motivos, resolvemos apresentar este projeto de lei revogando o parágrafo único do art. 1º e reformulado o art. 4º da Lei nº 9.294, de 1996, deixando bem claro que a lei se refere a todas as bebidas alcoólicas, qualquer seja o seu teor de álcool.

Assim sendo, esperamos contar com o apoio de todos os ilustres parlamentares para a aprovação do nosso projeto.

Sala das Sessões, em de de 1999.

Deputado Lincoln Portela 21/09/99

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CeDI"

LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO 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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.761, DE 1999
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Acrescenta parágrafo ao art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

§ 1º .....

§ 2º .....

§ 3º A área em recinto coletivo destinada exclusivamente ao uso de produtos fumígenos derivados ou não do tabaco, de que trata o *caput* deste artigo, será considerada devidamente isolada daquela destinada aos não usuários desses produtos quando o tipo de isolamento adotado vedar totalmente a passagem de odores e fumaças de um recinto para o outro.

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

JUSTIFICAÇÃO

O advento da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representou um avanço considerável em nosso país, no sentido de garantir um meio ambiente saudável aos cidadãos que optam por manter-se longe dos vícios, da dependência química e da poluição ambiental.

No caso específico do uso de produtos fumígenos, uma das mais importantes medidas adotadas por essa lei foi a obrigatoriedade de separação, em recintos coletivos, dos espaços destinados a usuários e não usuários desses produtos.

Ocorre, porém, que por falta de uma definição precisa do que vem a ser a forma adequada de isolar as áreas destinadas a cada tipo de usuário, conflitos têm ocorrido em ambientes como bares e restaurantes, entre outros. É comum, por exemplo, encontrarmos nesses estabelecimentos espaços reservados a usuários e não usuários de produtos fumígenos separados entre si apenas por uma linha imaginária. Isso faz com que a fumaça passe livremente de um setor para o outro, prejudicando a saúde daqueles que optaram por viver longe do fumo.

A proposição que ora submetemos à apreciação do Congresso Nacional tem por objetivo preencher a lacuna existente na legislação em vigor e, por tratar-se de uma medida que vai beneficiar a maioria da população brasileira, estamos certos de contar com o apoio dos Nobres Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 28 de setembro de 1999.

Deputado Ronaldo Vasconcelos

"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. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 do 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.893, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Modifica a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que "dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências", proibindo a exibição de publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifício durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que "dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências", proibindo a exibição de publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifício artifício durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

Art. 2º O art. 76 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo:

"Art. 76 .....

§ 2º Sem prejuízo do disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, é vedada a exibição de chamadas ou inserções publicitárias de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifício durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

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

JUSTIFICAÇÃO

A programação televisiva voltada ao público infanto-juvenil vem sendo objeto de duras críticas, em virtude da má qualidade do material veiculado. Inúmeros exemplos poderiam aqui ser citados, de programas de auditório que incluem brincadeiras de mau gosto a desenhos animados com elevado grau de violência, passando por seriados ou teleteatros recheados de situações eróticas inadequadas ao público a que se destinam.

Não menos grave, porém, é a veiculação de publicidade inadequada ao público infanto-juvenil, seja na forma de inserções propriamente ditas, seja através de chamadas ou veiculação de patrocínio. Isto inclui propaganda de cigarros, bebidas alcoólicas, armas e outros produtos nocivos ao jovem.

A lei vigente, Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, limita a veiculação desse tipo de publicidade através do horário, permitindo que programas dirigidos ao público infanto-juvenil, veiculados após as vinte e uma horas sirvam de canal para atrair pessoas dessa faixa etária ao consumo de produtos danosos à saúde e ao meio ambiente.

Com o objetivo de corrigir essa grave distorção, apresento aos nobres Pares esta proposição, que veda a publicidade desses produtos durante os programas destinados à criança e ao jovem. Trata-se, a meu ver, de matéria relevante e peço, portanto, aos ilustres colegas Parlamentares o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 199 .

20/10/99

Deputado LUIZ BITTENCOURT

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CeDI"

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

SEÇÃO I
Da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

Art. 77. Os proprietários, diretores, gerentes e funcionários de empresas que explorem a venda ou aluguel de fitas de programação em vídeo cuidarão para que não haja venda ou locação em desacordo com a classificação atribuída pelo órgão competente.

Parágrafo único. As fitas a que alude este artigo deverão exibir, no invólucro, informação sobre a natureza da obra e a faixa etária a que se destinam.

.....

.....

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 fumígero, 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 do 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.923, DE 1999

(Do Sr. Dr. Benedito Dias)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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", para proibir o consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves em vôos comerciais domésticos.

(APENSE-SE AO PL 4846/94)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", para proibir o consumo de bebidas alcoólicas nas aeronaves em vôos comerciais domésticos.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida dos seguintes dispositivos:

"Art. 2º-A É proibido o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves durantes os vôos comerciais domésticos, regulares ou não.

"§ 1º As empresas concessionárias dos serviços de transporte aéreo deverão informar os usuários acerca da proibição de que trata este artigo:

"I – durante a exposição oral das instruções de segurança exigidas pelas normas internacionais; e

"II – mediante a inclusão de aviso impresso nos bilhetes de passagem, em português e inglês, de forma ostensiva e de fácil leitura.

"Art. 2º-B A inobservância da proibição definida no artigo anterior sujeita o infrator a multa, cujo valor será fixado em regulamento, a ser aplicada:

"I – pelo poder concedente, quando a infração for cometida por empresa concessionária;

"II – pela empresa concessionária, quando a infração for cometida por passageiro que consumir bebida alcoólica própria."

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de sessenta dias contados da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294/96, ao dispor sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, inexplicavelmente, não fez qualquer menção ao uso de bebidas alcoólicas a bordo de aeronaves comerciais.

Consideramos essa lacuna bastante inconveniente. Isto porque, enquanto o ato de fumar a bordo compromete a saúde das pessoas não-fumantes, o consumo de bebida alcoólica pode comprometer a própria segurança do vôo. Embora não existam estatísticas oficiais a respeito, as comissões de segurança de vôo das empresas aéreas estimam que cerca de 50% dos casos de passageiros inconvenientes são provocados por bebida alcoólica.

Com o pretexto de aliviar a tensão provocada pelo vôo, muitos passageiros excedem-se no consumo de bebida alcoólica e provocam distúrbios de toda natureza a bordo das aeronaves, principalmente nos trechos mais longos. Em geral, esses passageiros alcoolizados criam constrangimentos para os outros passageiros e não obedecem às orientações da tripulação, desafiando a autoridade a bordo. Quando o caso assume proporções extremas, o passageiro inconveniente tem que ser retirado do avião pela Polícia Federal, o que causa atrasos, prejudicando e irritando os demais passageiros.

Na tentativa de dar uma solução para esse problema, decidimos oferecer à apreciação da Casa a presente proposição. É importante ressaltar que a possibilidade de implantar a proibição pretendida já vem sendo estudada em conjunto pelos setores envolvidos na prestação do serviço de transporte aéreo.

Na certeza de estarmos colaborando com a segurança do transporte aéreo e com o conforto e a comodidade dos passageiros, apelamos aos nobres Pares para que o projeto de lei ora oferecido tenha rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em 26 de outubro de 1999.

Deputado BENEDITO DIAS

"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. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 do 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:

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.955, DE 1999
(DO SR. RICARDO NORONHA)

Dispõe sobre a inserção de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas que esclareça sobre os malefícios decorrentes do seu consumo.

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

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", dispondo sobre a inserção obrigatória de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas, que esclareça o consumidor quanto aos malefícios decorrentes do seu uso.

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 A propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas, devendo atender os seguintes princípios:

I - A publicidade de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita e falada, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte:":

a) "O consumo excessivo de álcool é prejudicial à saúde";

b) " Não dirija após ingerir bebidas alcoólicas";

c) "Se beber, não dirija, se dirigir, não beba";

d) "O consumo do álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê";

e) "O consumo excessivo de álcool pode provocar cirrose hepática e úlcera do estômago";

f) "O consumo excessivo de álcool provoca diversos males à saúde"

g) "Evite o consumo excessivo de bebidas alcoólicas".

II - Aplicam-se aos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, exceto se destinadas à exportação, as disposições do inciso anterior.

§ 1º A propaganda de bebidas alcoólicas não poderá associar o produto ao esporte, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º O Poder Executivo poderá criar outras frases de advertência, a serem adotadas nos termos do inciso I deste artigo."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294/96, que regulamentou a publicidade de produtos prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, muito contribuiu para a redução a maior responsabilidade do consumidor desses produtos. No caso específico do álcool, no entanto, os seus efeitos têm sido ineficazes.

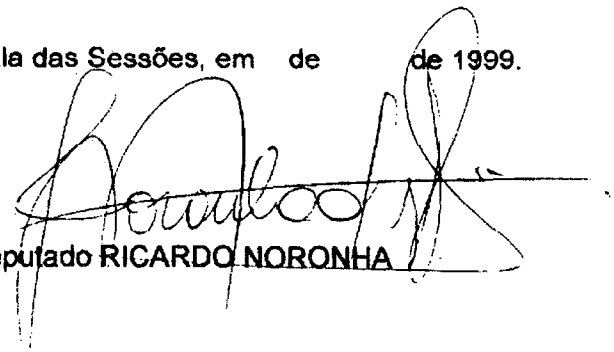
De fato, vários estudos têm revelado, nos últimos anos, um assustador crescimento no consumo de bebidas alcoólicas, em especial entre os jovens. Uma das razões apontadas para tal comportamento é a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas e o patrocínio de entidades desportivas pelos fabricantes desses produtos.

As implicações são muito graves: estamos formando uma geração de pessoas que, em decorrência do hábito de consumir bebida alcoólica, irão apresentar maior incidência de diversas enfermidades, tais como a cirrose hepática ou as várias formas de úlcera ou câncer do aparelho digestivo, onerando o sistema de saúde e provocando prejuízos sociais, na forma de baixa produtividade no trabalho, absenteísmo ou conflitos familiares, entre outras manifestações.

Acredito que um importante instrumento para conscientizar o consumidor jovem é a adoção da advertência informativa, nos moldes já adotados para o tabaco. Com tal objetivo, apresento este projeto de lei, que insere na Lei nº 9.294/96 dispositivo que determina a veiculação de tal advertência.

Espero, com tal iniciativa, contribuir para o aperfeiçoamento das disposições referentes à publicidade de bebidas alcoólicas. Peço, pois, aos nobres Pares, o apoio necessário à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 1999.



Deputado RICARDO NORONHA

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no Art. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no Art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 1.982, DE 1999
(DO SR. ROBERTO PESSOA)

Proíbe a liberação de recursos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios destinados ao financiamento de eventos culturais patrocinados ou co-patrocinados por indústrias tabagistas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º - Fica proibida a liberação de recursos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante leis de incentivo à cultura ou afins, destinados ao financiamento de eventos culturais patrocinados ou co-patrocinados por indústrias tabagistas.

Art 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Iniciamos a defesa do nosso projeto revelando dados assustadores acerca do tabagismo. Por ano, o fumo mata aproximadamente 3,5 milhões de pessoas. No Brasil, o cigarro mata anualmente 80 mil pessoas. 7% das mortes no mundo são causadas pelo cigarro. São 1,1 bilhão de fumantes em todo o mundo e em nosso País esse número atinge mais de trinta milhões.

Entendemos que a demonstração dessas estatísticas por si só justifica nossa iniciativa e torna evidente a necessidade de providências mais contundentes para debelar o uso do fumo no Brasil.

Destacamos um fato inusitado ocorrido este mês, que foi o reconhecimento por um fabricante tabagista de que o produto é realmente nocivo à saúde. A Philip Morris, considerada a maior indústria de cigarros do mundo (700 bilhões de cigarros/ano), declarou em seu site da internet que o vício de fumar provoca doenças como câncer e outras enfermidades letais, além de causar dependência. Com a decisão da empresa, pleitear indenizações alegando-se que o

fumante não foi devidamente esclarecido a respeito dos males do fumo não produz mais os efeitos judiciais desejados.

Atualmente, o tabagismo é considerado um dos mais sérios problemas de saúde pública. A realização de aproximadamente 60 mil pesquisas e estudos possibilitou à Organização Mundial de Saúde classificar 25 tipos doenças e corroborar que o vício do fumo provoca moléstias graves como o câncer de pulmão, enfisema pulmonar, infarto do miocárdio, bronquite crônica e derrame cerebral.

Outra informação que julgamos importante é que para o fumante existe uma hierarquia entre os cigarros, estabelecendo que um é menos prejudicial à saúde que outro, o que não passa de falácia. O Instituto Nacional do Câncer (Inca) promoveu pesquisas e concluiu que não há cigarro saudável, independente de ser industrializado, de baixos teores, fumo-de-rolo, cachimbo ou charutos. Segundo o Inca, noventa por cento dos fumantes começam a consumir cigarros antes dos 21 anos de idade, motivados pela publicidade maciça do cigarro na mídia.

Ainda consoante estudos do Inca, fica evidenciado que o Brasil é o país da América Latina onde o povo mais consome cigarros, destacando sua maior concentração na Região Sul, que aponta Porto Alegre como a cidade com os mais elevados índices de câncer pulmonar. Comprovou-se também que para o cultivo do tabaco são necessárias grandes quantidades de fertilizantes e agrotóxicos que provocam danos não só a saúde dos agricultores e suas famílias, mas ao solo e ao meio ambiente.

Registramos que o vício do cigarro difundiu-se mundialmente a partir da Segunda Guerra Mundial. Nos Estados Unidos um adulto consumia anualmente 750 cigarros. Em 1960, a média de cigarros atingiu 3.900 por ano. Estima-se que a média de consumo por adulto hoje é de 1.600 cigarros/ano.

Voltando aos números brasileiros, entre 1970 e 1980 houve um aumento de 132% no consumo de cigarros. Pesquisa realizada no ano de 1989, envolvendo 363 municípios, revelou que existiam no Brasil 30,6 milhões de fumantes.

Recentemente, enquete realizada pela Unidade de Pesquisa em Álcool e Drogas da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), num universo de 700 fumantes, mostrou que 73,1% já tentaram parar de fumar. O trabalho apontou que 69% estão dispostas a largar o cigarro nos próximos seis meses. Essa é uma comprovação de que as pessoas estão efetivamente preocupadas com a qualidade de vida e, principalmente, conscientes dos malefícios que o fumo causa à saúde. De acordo com a Unifesp, esse conhecimento é mais acentuado nas classes média e alta, acrescentando que, por falta de acesso à informação, a classe mais pobre permanecerá no vício. O lado positivo dessas informações é a constatação de que existe a vontade de abandonar o vício. O importante é que as

pessoas que tentam e não conseguem não devem desistir, buscando apoio, ajuda e orientação médica. Hoje a própria rede de saúde pública realiza esse trabalho.

Enfatizamos que a expansão do uso do cigarro gera lucros exorbitantes às empresas tabagistas e publicitárias e também ao governo pela arrecadação dos altos impostos cobrados sobre o produto. Entretanto, o Banco Mundial verificou uma perda mundial de 200 bilhões de dólares com as despesas para tratamento de doenças causadas pelo fumo, mortes e aposentadorias precoces de trabalhadores em idade produtiva.

Devemos mencionar que um passo relevante no combate ao fumo foi a inserção de mensagens de alerta à população sobre os danos que seu uso causa à saúde, seja na divulgação das propagandas do produto, seja nas próprias embalagens. Vale lembrar que no início, as mensagens exibidas nas campanhas afirmavam claramente: "o fumo provoca câncer". Em tempo muito curto, procederam-se alterações e incluíram a expressão "pode" provocar câncer. Entendemos que essa mudança fragilizou a advertência e, consequentemente, reduziu a eficácia das campanhas.

Ao finalizar, assinalamos o êxito do trabalho mundial no combate ao fumo. A participação do Brasil nessa batalhá tem sido fundamental. Ainda há muito a ser feito. A caminhada é longa, mas não podemos desanimar. Temos certeza que nossa união levará ao sucesso do nosso objetivo.

É com esse espírito de preocupação diante desse quadro nefasto que oferecemos à apreciação dos nobres Pares o presente projeto de lei. Esperamos contar com o apoio de todos para a sua rápida aprovação e transformação em norma legal.

Sala das Sessões, em de de 1999.

04/11/99

Deputado ROBERTO PESSOA

PROJETO DE LEI Nº 2.017, DE 1999
(DO SR. CONFÚCIO MOURA)

Determina a inserção de mensagem de advertência na propaganda de bebidas alcoólicas.

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

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", determinando a inserção de mensagem de advertência sobre os malefícios decorrentes do consumo do álcool, na propaganda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo 1 A:

"Art. 4º

.....

§ 1 A. A propaganda de bebidas alcoólicas conterá, em função da natureza do veículo de comunicação utilizado, advertência escrita e falada, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, escritas de forma legível e ostensiva, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte:":

a) "O álcool é prejudicial à saúde";

b) " O álcool reduz os reflexos: não dirija após ingerir bebidas alcoólicas";

c) "O consumo do álcool durante a gravidez pode provocar deformações no feto";

d) "O álcool pode provocar doenças hepáticas e do trato digestivo";

e) "O consumo excessivo de álcool provoca diversos males à saúde"

f) "Evite consumir bebidas alcoólicas na frente de crianças".

....."

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O álcool provoca diversos males à saúde e é responsável por inúmeras histórias de destruição pessoal e desagregação familiar. Embora a

sociedade admita o seu consumo, trata-se de produto tóxico, que cria dependência no ser humano. Inúmeros casos de alcoolismo, citados na imprensa e na literatura médica, bem como relatados no cinema e nas obras de ficção, ilustram a tragédia humana decorrente desse terrível vício, que degrada a pessoa, seus familiares e amigos.

A Lei nº 9.294/96, que regulamentou a propaganda de produtos prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, foi por demais benevolente com a propaganda do álcool. Suas disposições liberam a veiculação de inserções publicitárias de forma indiscriminada. As conseqüências aí estão: o consumo do álcool elevou-se no Brasil, especialmente entre os jovens.

Para combater essa lamentável tendência, apresento aos ilustres Pares esta proposta, que obriga os anunciantes a inserir mensagem alusiva aos danos do álcool, nos moldes do que já se determina para a propaganda de cigarros. Espero, desta forma, contribuir para a redução do consumo deste produto, que tanto prejuízo traz ao País, na formas de doenças, conflitos familiares, ausências ao trabalho, acidentes de trânsito e crimes.

Certo da importância da proposta, peço aos ilustres Pares o apoio indispensável à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 10 de nov de 1999.

Deputado CONFÚCIO MOURA

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art.221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

.....

.....

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.090, DE 1999
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

Dispõe sobre a proibição da veiculação pelas emissoras de televisão de comerciais dos produtos que especifica nos horários destinados ao público infanto-juvenil.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a redação da Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990, estabelecendo a vedação à veiculação pelas emissoras de rádio e televisão de comerciais dos produtos que especifica nos horários destinados ao público infanto-juvenil.

Art. 2º . Dê-se ao art. 76 da Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990, a seguinte redação:

"Art. 76 . .....

§ 1º Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

§ 2º É vedada a exibição de anúncios publicitários dos produtos elencados nos incisos do art. 81 da presente Lei nos horários destinados a crianças e adolescentes."

Art. 3º .O Poder Executivo regulamentará o disposto no prazo de 90 (noventa dias).

rt. 4º . Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

O Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990), em seu artigo 76, estabelece alguns critérios de classificação indicativa de programas de rádio e televisão, ao determinar:

"Art. 76 . As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas e culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição."

O Estatuto também definiu, nos art. 253 e 254, penalidades cabíveis nos casos de infrações administrativas cometidas por emissoras de rádio e televisão.

Fundamentado no Estatuto, o Ministério da Justiça emitiu Portaria nº 773, de 19 de outubro de 1990, que regulamenta a classificação de diversões e espetáculos públicos, o respectivo horário de veiculação, quando destinados a rádio e televisão, e os critérios básicos de classificação. Por exemplo, programas inadequados ao público, na faixa etária de 12, 14 e 18 anos, somente podem ser veiculados depois das 20, 21 e 23 horas, respectivamente.

No entanto, a propaganda comercial de produtos inadequados a crianças e adolescentes, exceto pelas restrições de horário impostas à propaganda de tabaco e de bebidas alcoólicas, pela Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, continua sendo veiculada em horários destinados ao público infanto-juvenil.

A proposta que ora apresentamos pretende proibir a veiculação em horários destinados a esse segmento do público de anúncios publicitários de produtos inadequados a sua faixa etária. Para tal, propomos

incluir novo parágrafo no art. 76, da Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Para que não paire dúvidas sobre a aplicação da vedação, remetemos a redação proposta para o art. 81, da mesma lei, que proíbe a venda de determinados produtos a crianças e adolescentes.

Considerando que a iniciativa contribuirá para ampliar os meios legais que permitam coibir práticas inadequadas das emissoras de televisão, esperamos obter de nossos Pares apoio para sua célere tramitação e aprovação nesta Casa.

Sala das Sessões, em 23 de 11 de 1999.

Deputado Luiz Bittencourt

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

Seção I
Da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o Art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 253. Anunciar peças teatrais, filmes ou quaisquer representações ou espetáculos, sem indicar os limites de idade a que não se recomendem:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência, duplicada em caso de reincidência, aplicável, separadamente, à casa de espetáculo e aos órgãos de divulgação ou publicidade.

Art. 254. Transmitir, através de rádio ou televisão, espetáculo em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação:

Pena - multa de 20 (vinte) a 100 (cem) salários de referência; duplicada em caso de reincidência a autoridade judiciária poderá determinar a suspensão da programação da emissora por até 2 (dois) dias.

.....

.....

LEI Nº 9.294, DE 15 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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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.

.....

.....

PORTARIA Nº 773, DE 19 DE OUTUBRO DE 1990

O MINISTRO DE ESTADO DA JUSTIÇA, no uso de suas atribuições,

Considerando que compete à União exercer a classificação, para efeito indicativo, de diversões públicas e de programas de rádio e de televisão;

Considerando a necessidade urgente de se estabelecer a uniformização dos critérios classificatórios das diversões públicas e de programas de rádio e de televisão;

Considerando ser dever do Poder Público informar sobre a natureza das diversões e espetáculos públicos, as faixas etárias às quais não se recomendam, bem como os locais e horários em que sua apresentação se mostra inadequada;

Considerando que o artigo 56 da Lei nº 6.698, de 10 de outubro de 1979, proíbe a apresentação ou o anúncio de espetáculos sem aviso de sua classificação; e

Considerando, ainda, que a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, proíbe a transmissão, através de rádio ou televisão, de espetáculos em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação;

RESOLVE:

Art. 1º - As diversões e espetáculos públicos são classificados como livres ou como inadequados para menores de 12 (doze), 14 (quatorze) e 18 (dezoito) anos.

Art. 2º - Os programas para emissão de televisão, inclusive "trailers", têm a seguinte classificação:

a) veiculação em qualquer horário: LIVRE;
b) programa não recomendado para menores de 12 anos: inadequado para antes das vinte horas;
c) programa não recomendado para menores 14 anos: inadequado para antes das vinte e uma horas;
d) programa não recomendado para menores de 18 anos: inadequado para antes das vinte e três horas.

Parágrafo único - São dispensados de classificação os programas de televisão transmitidos ao vivo, responsabilizando-se o titular da empresa, ou seu apresentador e toda a equipe de produção, pelos abusos e desrespeito à legislação e normas regulamentares vigentes.

Art. 3º - A classificação informará a natureza das diversões e espetáculos públicos, considerando-se, para restrições de horário e faixa etária, cenas de excessiva violência ou de prática de atos sexuais e desvirtuamento dos valores éticos.

Art. 4º - A classificação indicativa, atribuída em portaria do órgão competente do Ministério da Justiça, será publicada no Diário Oficial da União.

Art. 5º - As fitas de programação de vídeo deverão exibir, no invólucro, informação sobre a natureza da obra e a faixa etária a que não se recomenda, observada a classificação estabelecida no artigo 1º.

Art. 6º - Os responsáveis pelas diversões e espetáculos públicos deverão afixar, em lugar visível e de fácil acesso, à entrada do local de exibição, informação destacada sobre a natureza do espetáculo e a faixa etária especificada na respectiva portaria de classificação indicativa.

Parágrafo Único - Nenhum programa de rádio ou de televisão será apresentado sem aviso de sua classificação, antes e durante a transmissão.

Art. 2º - Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação

Jarbas Passarinho

PROJETO DE LEI Nº 2.130, DE 1999
(DO SR. DARCÍSIO PERONDI)

Dá nova redação ao art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

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

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º . O artigo 4º da Lei N.º 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 4º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo 2º e de bebidas alcoólicas, nas emissoras de rádio e televisão será permitida somente entre às vinte e duas e as seis horas. (NR)

§1º mantido.

§2º As embalagens e as mensagens de propaganda de bebidas alcoólicas deverão conter advertências, quando possível falada e escrita, dispondo sobre os malefícios decorrentes do consumo dos produtos referidos no artigo 2º, de acordo com frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, que serão utilizadas seqüencialmente, e de maneira simultânea ou rotativa, sendo a variação desta última estabelecida pela regulamentação. (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Entre os freqüentadores do Programa de Orientação e Atendimento a Dependentes – PROAD da Universidade Federal de São Paulo 16% são dependentes de álcool. Pesquisa realizada pelo Departamento de Medicina

da mesma Universidade detectou em uma amostragem com 1802 entrevistados que 30% dos alunos das escolas particulares tinham bebido até se embriagar.

A adoção de medidas necessárias ao combate ao consumo de bebidas alcoólicas e de outros produtos que são prejudiciais à saúde é uma realidade que cada vez mais se faz necessária. As alterações introduzidas pelo projeto visam diminuir o contato, principalmente, dos adolescentes com a propaganda de bebidas alcoólicas que muitas vezes são associadas a um estado de superioridade por aqueles que a consomem. Atualmente, não se consegue ligar a televisão, ouvir rádio, ou mesmo passar por um *outdoor* sem que à imagem da bebida esteja associada a alegria, beleza ou sensualidade.

Os gastos dos Governos Federal, Estadual e Municipal com a saúde daqueles que consomem bebidas alcoólicas está significando a diminuição de recursos para o atendimento da saúde de crianças e daqueles que não consomem qualquer tipo de bebida alcoólica. Nesse sentido, conto com os ilustres pares para a aprovação do presente projeto.

Sala das sessões, em 25 de novembro 1999.

DARCÍSIO PERONDI
DEPUTADO FEDERAL
PMDB/RS

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.185, DE 1999
(DO SR. ALBERTO FRAGA)

Estabelece obrigatoriedade de advertências dos riscos do álcool em rótulos e propagandas de bebidas com teor alcoólico, e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os rótulos, ou impressões em latas e similares, de embalagens de bebidas com qualquer teor alcoólico deverão conter advertência dos riscos do álcool, com dimensões não inferiores a 10% (dez por cento) do tamanho total do rótulo.

Parágrafo Único. O Poder Executivo regulamentará o tamanho e os dizeres da advertência sobre os males causados pelo álcool, na forma do caput.

Art. 2º As propagandas e campanhas publicitárias, em qualquer meio de comunicação, deverão conter a advertência prevista no artigo anterior, sendo que, no meio radiofônico, será utilizado parte do tempo da propaganda para a narração da advertência, e, no meio televisivo, a advertência será escrita em imagem congelada, com a respectiva narração dos dizeres.

Art. 3º É vedada a propaganda, ou qualquer campanha publicitária, de bebida alcóolica em veículo de comunicação impresso voltado para o público infanto-juvenil.

§ 1º. Nos veículos televisivos, radiofônicos ou eletrônicos, abertos ou fechados, a propaganda de bebida alcoólica só poderá ser veiculada no horário das 20:00 às 06:00 horas, ressalvados os casos de canais de televisão fechados com código de acesso.

§ 2º No caso de não obediência ao previsto neste artigo, o Poder Executivo, na forma do regulamento, poderá retirar de circulação o veículo impresso, ou do ar, a propaganda radiofônica ou televisiva, multando os infratores.

Art. 4° É vedada a inserção de propaganda de bebidas alcoólicas em programas, filmes, novelas, ou qualquer produção de entretenimento em rádio ou televisão, aberto ou fechado, a serem exibidos fora do horário previsto no § 1° do artigo anterior.

Art. 5° Aplica-se o disposto nesta Lei às bebidas energéticas ou estimulantes não alcoólicas com risco potencial de dependência, na forma do regulamento.

ART. 6° O Poder Público realizará campanhas de esclarecimentos sobre os riscos do álcool, buscando a diminuição do consumo, especialmente entre o público infanto-juvenil.

Art. 7° Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Visa o presente projeto de lei dar um tratamento rígido às propagandas de bebidas alcoólicas, uma vez que trata-se da droga que possui o maior número de dependentes, causando prejuízos enormes para os usuários e seus familiares, bem como traz também grandes prejuízos financeiros ao país, haja vista o gasto com hospitais públicos e afastamentos pagos pela Previdência.

Não podemos mais conviver inertes diante de tantos males que o álcool tem causado, inclusive entre menores de idade, arrasando suas esperanças de viver e crescer como uma ser humano normal.

Outrossim, o álcool é constantemente associado ao crime, tanto para incentivar a sua prática como também sendo a sua própria causa. Recente pesquisa na cidade de São Paulo associou o álcool a um grande número de homicídios na periferia daquele centro urbano, especialmente nos bares que proliferam, vendendo exclusivamente bebidas alcoólicas.

O Estatuto da Criança e do Adolescente traz alguma previsão do assunto, mas temos que ir além, pois o álcool atinge a todos, não só menores de idade, sendo poucas as famílias que não possuem um alcoólatra no seu seio.

Assim, temos que regulamentar as propagandas das bebidas alcoólicas, que proliferam nas revistas, nos cartazes gigantescos das ruas, nas rádios e nas televisões, atingindo a todos, incentivando aquele que possuí propensão para a bebida a embebedar-se, associando a droga ao *status* social e às conquistas amorosas e profissionais, e, o cúmulo do absurdo, ao esporte. É hora de se dar um basta em nome da saúde, da moralidade e da família, e dos gastos públicos.

Por fim, estende-se as previsões às malfadadas bebidas energéticas, cujo potencial de dependência é grande. Essas são as razões pela qual contamos com o apoio dos colegas parlamentares para a aprovação do presente projeto de lei, face a importância que o assunto tem nas questões sociais e de saúde pública.

Sala das Sessões, 3 de dezembro de 1.999. 07/12/99

DEPUTADO ALBERTO FRAGA

PROJETO DE LEI Nº 2.334, DE 2000
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Determina pena para venda de bebidas alcoólicas nos Estádios de Futebol.

(APENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4846, DE 1994)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a venda de bebidas alcoólicas dentro de Estádios de Futebol e a 500 (quinhentos) metros de onde estiverem instalados.

Art. 2º O discumprimento das normas contidas no Art.1º desta Lei, acarretará em pena de detenção de 4 a 8 meses e multa de 10.000 (Dez mil) UFIRs.

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

Art. 4º Revogam-se as disposições em contrário.

Justificativa

O referido Projeto justifica-se pelo aumento exacerbado da violência nos eventos futebolístico, decorrente, na maioria das vezes, do uso exagerado de bebidas alcoólicas.

A sociedade atual, até como forma de precaução, têm se afastado dos estádios, privando-se assim do maior lazer da população brasileira.

Conflitos, não raros, vem deixando um rastro de sangue e de morte, aterrorizando as famílias e os cidadãos de bem.

Na maioria dos casos (80% segundo a polícia mineira), a grande causadora de todo este caos é a bebida alcoólica, que altera os sentidos da pessoas, deixando vir a tona o seu lado mais primitivo e violento. Quando juntam-se estas bebidas a rivalidade, que é um dos maiores atributos em uma partida de futebol, o resultado é quase sempre catastrófico.

A solução mais adequada e efetiva de coibir este consumo desenfreado, acredito ser a proibição de sua comercialização, tanto dentro, quanto nas imediações dos estádios de futebol.

Na certeza de contar com o apoio dos nobres Pares, a esta tão oportuna iniciativa, agradeço.

Sala das Sessões, em de de 2000.

Deputado **LINCOLN PORTELA**

20/04/2000

PROJETO DE LEI Nº 2.365, DE 2000
(DO SR. AUGUSTO FRANCO)

Dá nova redação ao art. 3º e parágrafos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas nos termos do art. 220 da Constituição Federal.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O parágrafo 2º do artigo 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 somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.**

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."

Art. 2º Acrescentem-se os parágrafos 5º e 7º ao art. 3º da Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996, transformando-se o atual parágrafo 5º em parágrafo 6º:

"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.

.....

.....

§ 5º Deverão ser demonstrados visualmente os malefícios causados pelo fumo, através de fotogramas impressos na face anterior das embalagens, exceto se destinadas à exportação, refletindo as cláusulas de advertências constantes no § 2º deste artigo.

§ 6º .....

§ 7º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada. "

JUSTIFICATIVA

Temos assistido nos últimos anos o recrudescimento do hábito de fumar, principalmente entre os mais jovens, refletindo a política publicitária agressiva adotada pela indústria de cigarro, voltada principalmente para esse público alvo.

Nesse momento, a sociedade deve se voltar contra essa estratégia de forma tão ou mais agressiva que a adotada pela retromencionada indústria.

Nesse sentido, alguns países têm divulgado como estratégia não apenas advertir verbalmente ou pela linguagem escrita, mas também adotando o instrumento principal utilizado pelos publicitários: a imagem.

Esse projeto de Lei tem por objetivo demonstrar visualmente os malefícios causados pelo fumo aos fumantes no momento mais delicado do consumo: quando há a manipulação da embalagem visando o ato de fumar.

Nesse momento, ao determinar a impressão de fotogramas mostrando os retrocitados malefícios, como por exemplo um pulmão ou outros órgãos carcomidos pelo câncer, ou corações fibrilados e necrosados, bem como crianças observando mães e pais fumantes tendendo a repetir o hábito, ou representações subliminares da impotência sexual, sem dúvida haverá um maior impacto sobre esses consumidores, bem como aumentando o custo de produção das embalagens, teremos um aumento nos preços médios dos cigarros ou que *de per si* também consiste em um desincentivo ao hábito de fumar.

Finalmente, a nova redação dada a esse artigo absorve as alterações introduzidas no parágrafo 2° e cria o parágrafo 7°, impostos pela Medida Provisória n° MP1.912/99, ainda não convertida em Lei.

Sala das Sessões, em 26 de janeiro de 2000

AUGUSTO FRANCO
PSDB/SE

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. 3° 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.

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

* *§ 2° com redação dada pela Medida Provisória nº 2.000-12, de 13 01 2000.*

* ***O texto anterior dizia:***

"§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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."

§ 3° 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

§ 6º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada.

* *§ 6° acrescido pela Medida Provisória nº 2000-12, de 13.01.2000.*

Art. 4° - Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.389, DE 2000
(DO SR. JOSÉ CARLOS COUTINHO)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de a embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterem advertência sobre a proibição de sua venda a menores de 18 anos.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 01° Fica proibido em todo o território nacional, a venda ou doação a menores de 18 (dezoito) anos de bebidas alcoólicas.

Parágrafo único. Todos os menores de dezoito anos encontrados com bebidas alcoólicas ou em estado e embriagues, deverá ser encaminhado ao órgão de proteção ao menor.

Art. 02° A embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterão obrigatoriamente, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos".

Art. 03° É considerado bebida alcoólica, qualquer bebida que tenha teor alcoólico.

Art. 04° Aplicam-se aos infratores desta lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor as seguintes sanções:

I – Multa de 1 (um) a 5 (cinco) salários mínimos;

II – Detenção de 6(seis) meses a 2 (dois) anos.

Art. 05 Esta Lei passará a vigorar na data de sua publicação.

Art. 06° Revogam-se as Disposições em contrário.

Justificativa

O presente projeto de lei visa incluir na embalagem e no rótulo das bebidas alcoólicas de forma ostensiva, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos", com o objetivo de diminuir o consumo, cada vez mas crescente de jovens

ingerindo tais bebidas, em grande parte, graças à agressiva publicidade.

O estatuto da Criança e do Adolescente, proíbe expressamente a venda de bebida alcoólica à crianças e adolescentes.

Porém é comum vermos crianças em estabelecimentos comerciais, comprando bebidas alcoólicas sem nenhuma restrição, por parte dos comerciantes e dos órgãos Públicos.

O estatuto da Criança e do Adolescente vem sendo infringido continuamente das mais varias formas, visando acabar com tais desrespeito ao estatuto que apresentamos o projeto de lei acima exposto.

Dada a gravidade dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo, pedimos aos Nobre Pares o necessário apoio a esta proposta, que reputamos de grande relevância para a sociedade brasileira

Sala das Sessões, 01 de fevereiro de 2000.

Deputado José Carlos Coutinho

PFL-RJ

PROJETO DE LEI Nº 2.417, DE 2000
DO SR. LINCOLN PORTELA

Determina a obrigatoriedade de constar nos rótulos de bebidas alcoólicas uma advertência dos malefícios que ele causa à saúde.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica determinado que todas as bebidas alcoólicas só poderão ser comercializadas, se constar no seu rótulo uma advertência dos malefícios que o álcool acarreta a saúde.

Art. 2º A divulgação de comerciais de bebidas alcoólicas através dos órgãos da mídia, televisiva, radiofônica e escrita, só serão permitidas se forem acompanhadas de advertências dos malefícios que o álcool acarreta a saúde.

Art. 3º A formulação dos modelos de advertência, tanto quanto a fiscalização das empresas fabricantes de bebidas alcoólicas, em relação as normas contidas no Art. 1º e no Art. 2º desta Lei, ficará a cargo do Ministério da Saúde.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

Justificativa

O tratamento que o Governo Brasileiro vem dando, durante todos estes anos, as bebidas que contém teor alcoólico, é extremamente liberal e consequentemente perigoso.

Estamos habituados a conviver, com muita naturalidade, com o incentivo ao vício do álcool. Por abranger um mercado praticamente ilimitado, e gerar um lucro exorbitante, esta convivência nos é imposta, imbuída do intuito de gerar mais e mais consumidores.

É desnecessário citar a comprovação científica que o álcool causa dependência física e psicológica. Infelizmente a saúde humana está, mais uma vez, sendo colocada em segundo plano. Os malefícios que a dependência do álcool nos trás são, na maioria das vezes, irreversíveis.

A mídia, sem dúvida alguma, carrega uma grande parcela de culpa pela proliferação deste vício. Sem nenhuma cobrança por parte das autoridades competentes, as TVs, Rádios e Jornais, divulgam e incentivam o consumo do álcool, sem preocupação e responsabilidade.

Na certeza de contar com o apoio dos nobres Pares, a esta tão oportuna iniciativa, agradeço.

Sala das Sessões, em 08 de fevereiro de 2000.

Deputado **LINCOLN PORTELA**

PROJETO DE LEI Nº 2.468, DE 2000
(DO SR. JOSÉ CARLOS COUTINHO)

Dispõe sobre proibição de fumar em aeronaves comerciais.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 01° Fica proibido em todo território nacional fumar cigarros e similares a bordo de aeronaves comerciais brasileiras em vôo.

Art. 02° Deverá constar no bilhete de passagem o aviso de que é proibido fumar a bordo da aeronave.

Art. 03° O passageiro que insistir em fumar dentro da aeronave em vôo ficará sujeito a multas de 10 a 50 salários mínimos .

Art. 04° O Poder Executivo, através do Departamento de Aviação Civil - DAC, regulamentará a aplicação da presente lei.

Art. 05° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificativa

O ato de fumar dentro de aeronaves representa um grande risco para a segurança do vôo, além de provocar incômodo para as pessoas que não fumam.

As empresas aéreas adotaram as classes de fumantes e não fumantes, mas não resolve o problema , porque todos os passageiros ficam no mesmo ambiente, e assim incomodando os não fumantes.

Os países desenvolvidos, rotularão o cigarro como droga e proibiram suas propagandas em meios de comunicação, e dentro e ambientes fechados .

Certo do grande alcance social e da segurança em vôo, que apresentamos essa preposição e contamos com o apoio dos Nobre Pares para a preposição que ora apresentamos.

Sala das Sessões, 17 de fevereiro de 2000.

Dep. José Carlos Coutinho

PFL-RJ

PROJETO DE LEI Nº 2.613, DE 2000
(DO SR. FREIRE JÚNIOR)

Dispõe sobre a proibição de venda de cigarros e outros produtos derivados do tabaco para menores de dezoito anos de idade.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. É proibida a venda de cigarros e outros produtos derivados do tabaco a menores de dezoito anos, mesmo que acompanhados dos pais ou responsáveis.

Parágrafo único. Os vendedores de cigarros e outros derivados do tabaco exigirão do comprador, sempre que este aparente ser menor de dezoito anos, a apresentação de documento que comprove a idade.

Art. 2º. Constitui crime vender ou oferecer à venda cigarros e outros derivados do tabaco a menor de dezoito anos, ou, na hipótese do § 1º do artigo anterior, não exigir a apresentação de documento.

Pena - detenção de dois a seis meses.

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

JUSTIFICAÇÃO

Nosso objetivo é dificultar a venda desses produtos que matam todos os anos milhares de brasileiros.

Além disso, queremos proibir definitivamente a venda de cigarros a menores de 18 anos, punindo, com a pena de detenção, a venda desses produtos aos nossos jovens.

Esperamos assim contar com o apoio de nossos pares para a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em de de 2000.

21/03/00

Deputado FREIRE JÚNIOR

PROJETO DE LEI Nº 2.786, DE 2000
(DO SR. WAGNER SALUSTIANO)

Proíbe o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves em vôos comerciais domésticos, regulares ou não, e dispõe sobre o treinamento dos comissários de bordo.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe o consumo de bebida alcoólica de qualquer natureza nas aeronaves, durante os vôos comerciais domésticos, regulares ou não, prevendo as penalidades em caso de infração, e dispõe sobre a inclusão, no programa de treinamento de comissários de bordo, de indicações acerca de condutas a serem adotadas no caso de constatar-se a presença de pessoa alcoolizada.

Art. 2º Fica proibido o consumo de bebida alcoólica, fermentada ou destilada, nas aeronaves, durante os vôos comerciais domésticos, regulares ou não.

Art. 3º A proibição de que trata o artigo anterior deverá ser informada aos usuários pelas empresas concessionárias do serviço de transporte aéreo durante a exposição oral das instruções de segurança, realizada no início de cada trecho voado.

Art. 4º A inobservância da proibição de que trata esta lei sujeita a empresa concessionária do serviço a multa, no valor de dez vezes o preço de tabela do bilhete de passagem para o trecho em que ocorrer a infração, a ser aplicada pela autoridade responsável pela delegação do serviço.

§ 1º Caso a infração seja cometida por passageiro que consumir bebida alcoólica por ele transportada, a multa, no valor do preço de tabela do bilhete de passagem para o trecho em que ocorrer a infração, será aplicada pela empresa concessionária do serviço.

§ 2º A forma de pagamento da multa e a destinação do produto arrecadado serão disciplinadas em regulamento.

Art. 5º O programa de treinamento de comissários de bordo deverá incluir indicações acerca de condutas a serem adotadas no caso de constatar-se a presença de pessoa alcoolizada.

Art. 6º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias a contar de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Não é rara a ocorrência de distúrbios provocados por pessoas alcoolizadas a bordo de aeronaves. Argumentando que precisam do álcool para relaxar as tensões provocadas pelo medo de voar, muitos passageiros acabam exagerando no consumo de bebida, particularmente nos vôos de maior duração ou naqueles que fazem um maior número de escalas.

Via de regra, passageiros alcoolizados assumem um comportamento inconveniente, causando distúrbios diversos a bordo. Os demais passageiros, e até mesmo a tripulação, ficam à mercê de atitudes desrespeitosas, o que, além de constrangedor, pode significar problemas para a segurança do vôo. Verifica-se, nessas ocasiões, o despreparo dos comissários de bordo para lidar com a situação. Em alguns casos extremos, o comandante tem que fazer uma escala não prevista para que o passageiro inconveniente seja retirado do avião pela Polícia Federal.

Numa tentativa de pôr termo a tais ocorrências, estamos oferecendo este projeto de lei, que visa a proibir o consumo de bebida alcoólica de qualquer natureza (destilada ou fermentada) nas aeronaves, durante os vôos comerciais domésticos, regulares ou fretados. Como forma de garantir o cumprimento da proibição, a proposta prevê a aplicação de penalidade de multa aos infratores. Complementarmente, estamos obrigando a inclusão, no currículo dos programas de treinamento de comissários de bordo de indicações acerca das condutas apropriadas para o caso de passageiros alcoolizados. Com essas medidas, estamos certos de estar contribuindo para o aumento das condições de segurança no serviço de transporte aéreo, eliminando ou, pelo menos, reduzindo significativamente as ocorrências desagradáveis derivadas do abuso de álcool.

Diante do exposto, contamos com o apoio decisivo dos nobres Pares no sentido da rápida tramitação e aprovação do projeto de lei ora apresentado.

Sala das Sessões, em 5 de abril de 2000.

Deputado WAGNER SALUSTIANO

PROJETO DE LEI Nº 2.833, DE 2000
(DO SR. EDINHO ARAÚJO)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, restringindo propaganda de bebida alcoólica.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º - Fica revogado o parágrafo único do artigo 1.º da lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 2.º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A Lei 9.294 faz restrições à propaganda de bebidas alcoólicas, dispondo que esta só pode ser veiculada no rádio e na TV entre as nove horas da noite e as seis horas da manhã. Além disso, dentre outras normas restritivas, a propaganda não pode 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*" (art. 4.º, § 1.º) e os rótulos das embalagens deverão conter a seguinte advertência: "*evite o consumo excessivo de álcool*" (art.. 4.º, § 2.º).

Entretanto, essa lei excepciona, de qualquer restrição, a propaganda de cerveja. É por essa razão que, independente da hora do dia ou da noite, qualquer pessoa, seja criança, adolescente ou adulto, assiste anúncios em profusão dessa bebida, associando-a à prática esportiva (até mesmo em transmissões da seleção brasileira de futebol), ao melhor desempenho na sedução amorosa ou à diversão inconsequente, como se bebida alcoólica fosse brincadeira.

Essa situação desregrada na publicidade de um tipo de bebida alcoólica motivou o coordenador do Serviço de Emergências do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, Dr. Maurício Daniel Gattaz, a publicar importante artigo no jornal "*Folha de São Paulo*" de 03.03.2000, no qual chama a atenção para o fato de que, "*nem as cervejarias, nem os órgãos governamentais nem o terceiro setor têm tido o empenho necessário no esclarecimento da sociedade quanto ao vultoso problema que realmente tem a ver com a vida, com a qualidade de vida e com a sobrevida do brasileiro, que é o aumento indiscriminado do consumo de álcool em todas as classes sociais, em todas as faixas etárias e em ambos os sexos*".

Citando dados do Conselho Federal de Medicina, o Dr. Gattaz afirma que "*18 em cada 100 brasileiros adultos são dependentes de álcool, o hábito de beber entre crianças e adolescentes é cada vez maior, 75% dos acidentes fatais de trânsito são associados ao uso excessivo de álcool (em torno de 29 mortes por ano) e cerca de 40% das ocorrências policiais relacionam-se ao abuso da bebida*". E mais: "*das 5.700 mortes violentas ocorridas em São Paulo em 1996, 48% das pessoas apresentavam excesso de álcool no sangue. Dos mortos por afogamento, 64% tinham excesso de álcool no sangue; dos mortos por homicídio, 52%; dos mortos por queda fatal, 36%; dos mortos por suicídio, 36%*". Ainda de acordo com o Dr. Gattaz, o ministério da Saúde gastou R$ 310 milhões nos últimos três anos apenas com internações decorrentes do uso abusivo do álcool.

O vício que o consumo excessivo de cerveja pode causar, como de qualquer outra bebida alcoólica, está exemplificado em matéria da revista "*Época*" de 27.03.2000, à página 34, que relata decisão do Superior Tribunal de Justiça concedendo indenização por danos materiais e morais a ex-funcionário da Brahma. Ele foi provador de cerveja durante anos, verificando a qualidade do produto antes deste ser enviado ao consumo. O resultado: tornou-se alcoólatra, quase destruiu a família e hoje faz tratamento no hospital Pedro Ernesto, no Rio de Janeiro.

Por todas essas razões, contamos com o apoio dos colegas parlamentares ao presente projeto.

Sala das Sessões, 12 de abril de 2000.

Deputado EDINHO ARAÚJO

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 2.908, DE 2000
(DO SR. RICARDO FERRAÇO)

Proíbe a propaganda em rádio, televisão, "outdoors", jornais e revistas de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Art. 3º da lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º É proibida a propaganda comercial de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco, e de bebidas alcoólicas, nas emissoras de rádio e televisão, bem como em jornais, revistas, internet e outdoors, ou em qualquer outro veículo de comunicação."

Art. 2º Exclua-se os artigos 4º e 5º, bem como seus parágrafos, da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

Art.4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumo de cigarros e do álcool são, juntamente, as mais devastadoras causas evitáveis de doenças e mortes prematuras da história da humanidade. O consumo do tabaco atingiu a proporção de uma epidemia global, provocando, a cada ano, a morte de 4 milhões de pessoas em todo o mundo.

Dados da Organização Mundial da Saúde – OMS comprovam em inúmeras pesquisas a indiscutível relação causal entre o consumo do cigarro e doenças graves como câncer de pulmão (90% dos casos), enfisema pulmonar (80%), infarto do miocárdio (25%), bronquite crônica e derrame cerebral (40%).

Em termos de saúde pública, pesquisas mostram que os efeitos da utilização do cigarro e do álcool são devastadores, principalmente nos gastos com tratamento médico, perda de produtividade de trabalhadores, e perdas sociais decorrentes de mortes prematuras e precocidade na concessão de aposentadorias por doenças. O país gasta 2,5% do Produto Interno Bruto – PIB, apenas com o tratamento de doenças decorrentes da dependência tabágica e alcoólica.

Os gastos da rede pública de saúde com internações por dependência química do álcool em nos anos de 1995 a 1997 atingiram a marca de R$ 88,2 milhões, com a internação de 274 mil internações somente na rede do Sistema Único de Saúde. Quanto ao uso do tabaco, a rede SUS teve um dispêndio total de R$ 925,3 milhões no mesmo período, em conseqüência de infarto agudo do miocárdio (7% dos casos), Acidente Vascular Cerebral (3,3%), doenças pulmonares (63,1%) e outras doenças cardíacas (26,6%).

Somente no ano de 1996, o Sistema de Internação Hospitalar do SUS, registrou que a cirrose alcoólica do fígado foi a 7ª maior causa de óbito na população acima de 15 anos. Nesse mesmo ano, foram internados 39.255 pacientes acima dessa idade, com este diagnóstico. Desse total de pacientes, 9,2% morreram, ou seja, 3.626 pessoas.

Os custos sociais decorrentes do uso do tabaco e do álcool, cada vez mais elevados, tornam urgente uma intervenção mais rigorosa na divulgação, mais rigorosa. As conseqüências diretas e indiretas, do uso abusivo de substâncias psicoativas, como o álcool, são percebidas não apenas no contexto da rede pública de saúde, mas principalmente nas várias interfaces da vida social: trabalho, trânsito, aumento de criminalidade, etc.

A utilização de meios de comunicação de massa, como a televisão, rádio, jornais, revistas, dentre outros, acabam por incentivar o consumo dessas drogas. A população jovem é facilmente influenciada, em razão de estar em sua formação psicológica. Desta forma, a proibição do uso de mensagens comerciais nestes meios de comunicação pode desacelerar a utilização do tabaco e do álcool.

Pelo acima exposto, contamos com o apoio dos nobres Colegas para a aprovação de nosso projeto de lei.

Sala das Sessões, em 27 de abril de 2000.

02/05/00

Deputado Ricardo Ferraço.

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. 3° A propaganda comerciai 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.

§ 1° 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 pratica 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.

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta ultima 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.

§ 3° 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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 dos laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4°, 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.

§ 1° As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° Nas condições do *caput* , as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

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

***Vide Medida Provisória nº 2.000-15, de 11 de abril de 2000.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.000-15, DE 11 DE ABRIL DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7° Os arts. 2° e 3° da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2° .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3° .....

.....

§ 2° 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

.....

§ 6° A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada." (NR)

.....

Brasília, 11 de abril de 2000; 179° da Independência e 112° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Barjas Negri
Martus Tavares

PROJETO DE LEI Nº 2.919, DE 2000
(DO SR. EDUARDO JORGE)

Altera a Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220, da Constituição Federal".

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O *caput* do art. 2 e seu § 1º. da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 passam a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 2º. É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo público.(NR)

§ 1º. Em recintos coletivos privados, o uso dos produtos referidos no *caput* será permitido apenas em áreas com isolamento físico, dotadas de sistema de ventilação que impeça a passagem de fumaça para o recinto dos não-fumantes. (NR)"

Art. 2º. O *caput* do artigo 3º. da Lei 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 somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e três e seis horas. (NR)".

Art. 3º. Os incisos e o §3º do artigo 9º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996 passam a vigorar com a seguinte redação:

" Art. 9º. .....

I – advertência;

II – retirada do recinto (NR);

III – serviços comunitários (NR);

IV – interdição do estabelecimento (NR);

V – suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

VI – obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

VII – apreensão do produto;

VIII – multa de R$ 3.000 (três mil reais) a R$ 30.000,00 (trinta mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência (NR)."

"§ 3º. Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os usuários, os responsáveis pelo recinto público ou privado, os responsáeis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.(NR)"

Art. 4º. Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Quando a Lei 9.294, de 1996, entrou em vigor, incontáveis problemas causados pelo excesso no uso e na propaganda de produtos derivados do fumo foram equacionados. A lei sofreu algumas modificações, e existem em tramitação um sem-número de outras iniciativas sugerindo alterações no intuito de aperfeiçoá-la.

Deste modo, estamos propondo, por nossa vez, incluir alguns dispositivos de maior severidade. Pretendemos proibir definitivamente o uso de cigarros e assemelhados em qualquer recinto público. A propaganda comercial também deve ter seu horário de veiculação reduzido para o período entre vinte e três e seis horas da manhã. O valor das multas também é pouco expressivo, por isso incluímos valores mais altos neste projeto. Levantamos ainda a possibilidade de serem aplicadas penas alternativas, como serviços comunitários, aos usuários infratores, que não recebiam senão advertência de acordo com a lei vigente.

Assim sendo, contamos com o apoio dos ilustres Pares no esforço para proporcionar ao cidadão um ambiente mais saudável, livre de riscos desnecessários à sua saúde.

Sala das Sessões, em 10 de Maio de 2000.

Deputado Eduardo Jorge

02/05/00

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 § 4° DO ART. 220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1° O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 § 4° 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. 2° É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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.

§ 1° 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.

§ 2° 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. 3° 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.

§ 1° 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.

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° 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. 2° conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2° e 4° , 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.

§ 1° As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

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

Art. 7° A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1° Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2° A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3° Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1° deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4° Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art. 8° A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9° Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa de R$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinqüenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1° As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidade do infrator.

§ 2°-Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3° Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.000-15, DE 11 DE ABRIL DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1° Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7° Os arts. 2° e 3° da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2° .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3° .....

.....

§ 2° 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

.....

§ 6° A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada." (NR)

Art. 8° Os arts. 3° e 57 da Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, alterados pelo art. 1° da Lei n° 9.787, de 10 de fevereiro de 1999, passam a vigorar com a seguinte redação:

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.000, DE 2000
(DO SR. RICARDO FERRAÇO)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos comerciais situados nas margens das rodovias, e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° É proibida a venda, exposição à venda ou, de qualquer forma, a entrega a consumo de bebida de qualquer teor alcoólico nas margens de rodovias federais.

Art.2° O infrator das disposições expressas no artigo anterior incorrerá nas penas previstas no art. 262 do Decreto-Lei 2.848, de 7 de dezembro de 1940, que instituiu o Código Penal Brasileiro, sem prejuízo das sanções administrativas e demais penas cabíveis.

Art. 3° O Poder Executivo adotará, no prazo de noventa dias, as medidas necessárias para a aplicação desta lei, dispondo sobre a forma de fiscalização e as sanções administrativas aplicadas à espécie.

Art. 4° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação

Art. 5° Revoga-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

A violência no trânsito do Brasil é incontestável e, embora existam estatísticas precisas a esse respeito, tem-se por centro que a ingestão de bebidas alcoólicas é um dos fatores que contribuem para esta indesejável realidade, pois é sabido que grande número dos acidentes de trânsito, principalmente nas rodovias, é causado pela embriaguez dos condutores de veículos.

É necessário conscientizar a sociedade de que os altos índices de acidentes de trânsito começarão a diminuir com a colaboração de toda população, evitando a ingestão de bebidas alcoólicas quando se tem que conduzir um veículo.

Dados da Associação Médica do Tráfego apontam que, de 1.000.000 de acidentes por ano ocorridos no Brasil, 30% das pessoas saem feridas e 50.000 pessoas não sobrevivem. Destes acidentes, geralmente os mais sérios são provocados por motoristas embriagados. A irresponsabilidade desses, custas muitas vezes, a vida de outros motoristas ou de passageiros inocentes.

Mesmo sabendo que os passageiros têm o direito de consumir suas bebidas alcoólicas com moderação, desde que não estejam dirigindo, esta abertura faz com que os motoristas inconseqüentes e irresponsáveis acabam por também se utilizarem do álcool.

Pelo acima exposto, esperamos contar com o apoio dos Nobres Pares no sentido da aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 11 de maio de 2000.

RICARDO FERRAÇO
Deputado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS-CeDI

DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 07 DE DEZEMBRO DE 1940.

CÓDIGO PENAL

.....

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VIII
DOS CRIMES CONTRA A INCOLUMIDADE PÚBLICA

.....

CAPÍTULO II - DOS CRIMES CONTRA A SEGURANÇA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E TRANSPORTE E OUTROS SERVIÇOS PÚBLICOS

.....

- Atentado contra a segurança de outro meio de transporte

Art. 262. Expor a perigo outro meio de transporte público, impedir-lhe ou dificultar-lhe o funcionamento:

Pena - detenção, de 1 (um) a 2 (dois) anos.

§ 1º Se do fato resulta desastre, a pena é de reclusão, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos.

§ 2º No caso de culpa, se ocorre desastre:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.067, DE 2000
(DO SR. MÁRCIO BITTAR)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de mensagem de advertência em recipientes de bebidas alcoólicas.

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

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. É obrigatória a inscrição da mensagem "SE BEBER NÃO DIRIJA", nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas.

§ 1º. A inscrição deverá estar localizada pelo menos na parte oposta ao rótulo principal, e impressa em caracteres de tamanho destacado.

§ 2º. Para efeito do disposto nesta Lei, recipiente é qualquer objeto que contenha bebida alcoólica destinada à comercialização, independentemente do material de que seja produzido.

Art. 2º. O Poder executivo regulamentará esta Lei em noventa dias.

Art. 3º. Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º. Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O trânsito brasileiro é ainda, apesar dos resultados positivos do novo Código, responsável por números alarmantes. Os acidentes de trânsito são a terceira *causa mortis* no país e dão causa a ocupação de mais da metade dos leitos hospitalares. Em 1998, já com o novo Código, as estimativas são de que houveram cerca de 1.000.000 de acidentes, com 45.000 mortos (incluindo os óbitos após 24 horas do acidente), 350.000 feridos, e prejuízos materiais da ordem de 2 bilhões de reais. São estatísticas realmente impressionantes.

Nas rodovias federais, os defeitos mecânicos, na via ou na sinalização, respondem por apenas 6% dos acidentes. As causas principais são falta de atenção e altas velocidades. A falha humana é, portanto, a razão principal deste quadro que nos remete à seguinte constatação: o transito brasileiro matou nos últimos 6 anos o equivalente à 25 anos de luta pela independência do Timor Leste.

Em tudo isso, uma particularidade: **a metade dos acidentes envolvem pessoas alcoolizadas!**

Embora contemplado no CTB como falta gravíssima, o ato de dirigir alcoolizado só é punível mediante exame clínico que verifique uma concentração de álcool no sangue superior a 0,6g/litro, o que limita em muito a capacidade coercitiva da Lei neste particular, posto que para ser multado, o motorista terá que ser detido e submetido ao exame do bafômetro, acarretando ônus para o Estado.

A questão da embriaguez no trânsito é portanto, serissima e de difícil solução via aplicação de multas. É necessário por todos os meios educar a população.

Recupero através deste Projeto, uma iniciativa do Sr. Leônidas Cristino, em 1996, que através de uma proposta semelhante buscava atingir diretamente o consumidor de bebidas alcoólicas. Refaço com alguns aperfeiçoamentos a proposição, no sentido de que todas as bebidas alcoólicas comercializadas no Brasil, exibam em seu rótulo de propaganda a inscrição "SE BEBER NÃO DIRIJA".

Tenho plena convicção de que o permanente alerta a quem bebe poderá significar um instrumento valioso de convencimento dos riscos de estar ao volante em estado de embriaguez. A inscrição, devidamente localizada e visível nas garrafas, latas etc., será um lembrete contínuo, uma espécie de luz de alerta sugerindo ao consumidor que tome atitudes de autodefesa, buscando com isso alternativas que lhe possibilite não tomar a direção do veículo.

O resultado desejado é a diminuição de pessoas embriagadas ao volante e, consequentemente, do número de acidentes no transito. Na situação atual, cada ponto percentual decrescido no número de acidentes envolvendo pessoas embriagadas poderá representar 250 mortes e 2.000 feridos a menos.

Sala das Sessões, em de de 2000.

18/05/00

Deputado MARCIO BITTAR

PROJETO DE LEI Nº 3.089, DE 2000
(DO SR. PAULO DELGADO)

Proíbe a propaganda de produtos derivados de tabaco, bebidas alcoólicas e de medicamentos nos termos que especifica.

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

O Congresso Nacional Decreta:

Artigo 1º É proibida a propaganda de produtos derivados de tabaco, bebidas alcoólicas e de medicamentos em todo território nacional.

Artigo 2º São revogados os §§ 1º, 2º, 3º e 5º do art. 3º e § 2º do art. 5º, da Lei 9.294, de 15 julho de 1996.

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

Justificativa

O fumo e o álcool fazem mal a saúde. Não pode ser objeto de propaganda e publicidade a indução de hábitos de consumo, que têem como conseqüência adoecer seus usuários, levando as pessoas a serem vitimas de um desejo produzido artificial e programadamente. Nenhuma sociedade pode admitir, depois das irrefutáveis evidências de risco a saúde, que alguém em qualquer tempo da sua vida seja ensinado, estimulado e levado a beber e a fumar cotidiana e naturalmente.

A prescrição de medicamentos é uma decisão técnica profissional derivada de um diagnóstico de responsabilidade médica, não podendo ser induzida por propaganda e publicidade ou estimulada por fantasias de benefício ou cura.

As razões mercantis que sustentaram até hoje o uso abusivo de propaganda e publicidade de fumo, álcool e medicamento contrastam, sob todos aspectos, com os custos derivados das seqüelas que produzem nos indivíduos e na sociedade.

O livre arbitrio e a livre iniciativa são preservados pela manutenção da possibilidade de fabricação, comercialização e embalagem destes produtos que constituem, por si só, também propaganda e publicidade, porém tolerável.

Sala das Sessões, em 13 de março de 2000.

Deputado PAULO DELGADO

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº 3.114, DE 2000
(DO SR. PAULO OCTÁVIO)

Dispõe sobre a proibição da comercialização de bebida alcoólica às margens das rodovias federais.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibido vender, fornecer ou servir bebidas alcoólicas em estabelecimentos situados às margens das rodovias federais.

Art. 2º Cabem aos órgãos de trânsito e de polícia com jurisdição sobre a via, a fiscalização do cumprimento da presente lei.

Art. 3º Nos casos de desrespeito ao disposto no art. 1º aplicar-se-ão, gradativamente, as seguintes sanções pecuniárias e administrativas aos estabelecimentos infratores:

I – multa de 500 UFIR e advertência na primeira incidência;

II – multa de 1000 UFIR e suspensão de funcionamento durante quinze dias na segunda incidência;

III – multa de 2000 UFIR e fechamento do estabelecimento na terceira incidência.

Art. 3º. Esta lei entra em vigor no prazo de sessenta dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Social e legalmente aceito, o consumo do álcool transformou-se num dos maiores problemas da sociedade moderna. Aumentando a cada ano, a ingestão de álcool não distingue os indivíduos por sexo, idade, raça ou nível social.

Considerado fator determinante na sinistralidade do trânsito, a ingestão de álcool por motoristas de veículos automotores demonstra, de acordo com pesquisas realizadas em diversos países do mundo, efeitos devastadores que incluem desde as manobras perigosas, aos tipos e às conseqüências dos acidentes de trânsito.

Da euforia e desinibição iniciais, a ingestão contínua de álcool provoca, no organismo humano, diminuição dos reflexos, visão dupla, confusão mental, desorientação, incoordenação motora, depressão, sonolência, coma e até mesmo a morte, por depressão do centro respiratório.

Ancorada na prerrogativa da severidade do tratamento à direção perigosa sobre o efeito do álcool instada no Código de Trânsito Brasileiro, que trata a questão inclusive no capítulo dos crimes de trânsito, a proposta ora apresentada complementa o Código por dificultar o acesso à bebida alcoólica ao longo das rodovias federais.

Trata-se de medida antipática aos interesses mercantis dos fabricantes e comerciantes dos produtos, porém, de apoio e respeito ao nosso bem mais valioso, a vida, a nós concedida de forma gratuita e magnânima, o que nos impele às recíprocas do cuidado e da previdência.

Considerando a pertinência e elevado valor da proposta, contamos com o apoio dos nossos Pares para sua aprovaçãc

Sala das Sessões, em 24 de maio de 2000.

Deputado PAULO OCTÁVIO

PROJETO DE LEI Nº 3.152, DE 2000
(DA SRA. TETÉ BEZERRA)

Proíbe qualquer tipo de patrocínio ao esporte advindo de empresa fabricante de bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. É vedado o patrocínio a clubes ou atletas de qualquer modalidade esportiva, por empresas fabricantes de bebidas alcóolicas.

Art. 2º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Um estilo de vida saudável que desejamos para a população, no qual o esporte ocupe um lugar importante é incompatível com a ingestão continuada, excessiva de bebidas alcóolicas.

O vício instala-se através da criação do hábito de beber. Nada mais pernicioso, que associar este hábito `a prática esportiva ou a assistência de espetáculo esportivo, na condição de torcedor.

Num país em que o esporte e, sobretudo, o futebol, é uma paixão nacional, o torcedor é induzido a consumir, associando as bebidas aos seus clubes prediletos ou às seleções nacionais.

O apoio ao esporte, como política pública, está associado à qualidade de vida e à saúde da população. Fazê-lo com a divulgação propagandistica das bebidas alcóolicas anula seu objetivo.

Sala das Sessões, em 21 de junho de 2000

Deputada TETÊ BEZERRA

PROJETO DE LEI Nº 3.262, DE 2000
(DO SR. ALBERTO FRAGA)

Dispõe sobre a proibição de venda de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e nas suas imediações nos dias de jogos.

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

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA.

Art. 1º Fica proibido a venda, a comercialização, o porte e ingestão de bebidas alcóolicas nos estádios de futebol, nos dias de jogos, profissionais ou amadores.

Parágrafo único. A proibição prevista neste artigo estende-se aos autônomos e aos estabelecimentos situados nas imediações dos estádios.

Art. 2º O descumprimento desta lei implicará em sanção administrativa e financeira, nos termos da regulamentação.

Art3º Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Tem sido constante a violência nos estádios de futebol, e a grande causa dessas ações desordenadas têm sido, de maneira comprovada, a ingestão de bebidas alcóolicas, que são vendidas dentro dos estádios ou nas imediações.

Faz-se mais do que necessário a regulamentação dessa situação para que as famílias possam estar novamente reunidas torcendo pelos seus times de coração.

O poder público não pode ficar inerte diante desse quadro de violência que vem aos poucos destruindo esse patrimônio do povo brasileiro, o nosso querido futebol, orgulho de todo o povo brasileiro.

Temos a certeza que com a tramitação da propositura, ela será aperfeiçoada e o Brasil cada vez mais projetado no cenário desportivo internacional, como nação civilizada.

Sala das Sessões, em 15 de junho de 2.000

21/06/00

DEPUTADO ALBERTO FRAGA

PROJETO DE LEI Nº 3.354, DE 2000
(DO SR. EDINHO ARAÚJO)

Proíbe servir bebida alcoólica no interior de aeronaves comerciais.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º - É proibido servir bebidas alcoólicas aos passageiros em vôo comercial regular ou sob regime de fretamento para turismo.

Art. 2.º - O descumprimento ao disposto no artigo anterior acarretará pena de multa, suspensão da permissão para operar trecho em foi verificado o descumprimento e, em caso de reincidência, cassação da permissão.

Art. 3.º - Os funcionários da empresa aérea responsável pelo vôo referido no artigo 1.º poderão impedir o ingresso na aeronave de pessoa alcoolizada ou portando bebida alcoólica.

Art. 4.º - O Departamento de Aviação Civil – DAC, do Ministério da Aeronáutica, ou órgão que venha a substituí-lo, fica responsável pela fiscalização do cumprimento da presente lei.

Art. 5.º - O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei no prazo de 30 dias a contar de sua publicação.

Art. 6.º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O consumo de bebida alcoólica no interior de aeronaves comerciais tem sido causa de sérios transtornos a tripulantes e passageiros.

Estudos citados por reportagem do jornal "Folha de São Paulo" de 18 de março de 1999 revelam que, durante uma viagem de avião, por causa da pressão e da pressurização no interior da aeronave, a absorção de oxigênio pelo organismo humano fica menor e o consumo de álcool ocasiona uma embriaguez muito

mais rápida, já que o álcool é um inibidor da presença de oxigênio no sistema nervoso central. Isto significa, por exemplo, que uma dose de uísque a 8 mil pés de altura (cerca de 2.400 metros) provoca efeito equivalente a três doses ingeridas ao nível do mar.

Não por acaso, portanto, é que a Organização Internacional de Aviação Civil, que atua em 190 países, recomenda a limitação ao consumo de álcool durante os vôos, de acordo com a referida reportagem.

O número de problemas relacionados a atitudes de passageiros embriagados a bordo de aeronaves é alarmante. A Associação Internacional de Transporte Aéreo, que reúne as maiores empresas aéreas do mundo, registrou que, desde 1995, houve um aumento de 400% no número de casos envolvendo "passageiros inconvenientes" a bordo de aviões comerciais, o que significa a ocorrência estimada de 2.000 casos por ano em todo o mundo.

Nos Estados Unidos, o Comitê de Aviação do Senado ouviu, em 1998, testemunhos de comissárias de bordo agredidas por passageiros. Apenas em 1997, houve 921 incidentes, sendo 207 agressões físicas. Uma aeromoça teve a bacia quebrada, outra foi espancada.

No Brasil não há estatísticas, mas, de acordo com o Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias, nos casos em que há comportamento inconveniente de passageiros, cerca de 60% se relacionam com o álcool.

Em 1998, a Associação dos Comissários da Varig chegou a lançar uma campanha de conscientização sobre os efeitos de bebidas alcoólicas durante os vôos. O presidente do Sindicato dos Aeronautas, Luiz Collares, afirma que os incidentes são comuns, mas, na maioria dos casos, o problema não é levado à Polícia Federal.

Uma comissária da Vasp, ouvida pela "Folha de São Paulo" na referida matéria, afirma que já presenciou vários tipos de agressão de passageiros contra a tripulação. Seu relato: "*Uma vez, um passageiro que já estava alterado pelo álcool não teve a menor dúvida em agarrar uma comissária. Mas os casos de agressão e assédio verbal são muitos, além de atitudes como nos segurar forte pelo braço. Há casos em que a pessoa tenta invadir a cabine do comandante*".

Por todo o exposto, por ser medida que conferirá maior tranqüilidade e segurança a tripulantes e passageiros, a proibição de ser servida bebida alcoólica a bordo de aeronaves comerciais é medida de extrema justiça e interesse social. Por tudo isso, contamos com a aprovação do presente projeto pelos colegas parlamentares.

Sala das Sessões, 27 de junho de 2000.

Deputado EDINHO ARAÚJO

PROJETO DE LEI Nº 3.423, DE 2000
(DO SR. DE VELASCO)

Dispõe sobre a proibição de veiculação nas emissoras de televisão de imagens de pessoas fumando ou portando cigarros acesos nos horários que especifica.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É acrescentado à Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, novo artigo com a seguinte redação:

"Art. 3º (A) - É vedada a veiculação pelos meios de comunicação social (emissoras de televisão, jornais, revistas ou quaisquer outros meios de difundir imagem) de programação, fotografias ou desenhos contendo imagens de pessoas, fumando ou portando cigarros acesos".

Parágrafo Único – Excetuam-se, desta proibição os anúncios ou ilustrações que procuram mostrar ou divulgar os malefícios do tabagismo.

Art. 2º - Incorrerá em crime de desobediência civil, com as implicações penais daí advindas, se a imagem divulgada for de personalidade artística ou política cuja popularidade ou carisma possa servir de incentivo à imitação.

Art. 3º - O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias.

Art. 4º - Esta lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A aprovação da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, foi um passo fundamental no controle da propaganda de produtos fumígeros nos meios de comunicação social, importante mecanismo na busca da diminuição de consumo destes produtos, que, como é de conhecimento geral, provocam tantos males à saúde das pessoas.

A restrição a este tipo de propaganda nas emissoras de rádio e televisão está contida no art. 2º do referido diploma legal que limita sua veiculação ao horário compreendido entre vinte e uma horas e seis da manhã.

No entanto, tal medida, a nosso ver, não tem sido suficiente, uma vez que continuam sendo veiculadas, durante a programação diurna das emissoras de televisão, imagens de pessoas fumando ou portando cigarros, muitas vezes em cenas que associam poder, beleza ou masculinidade ao hábito de fumar e que podem induzir ao consumo jovens, principais telespectadores deste horário.

Assim sendo, a proposta que ora apresentamos pretende alterar a Lei nº 9294, acrescentando-lhe novo artigo que veda a veiculação destas imagens fora do horário compreendido entre vinte e uma horas e seis horas da manhã, mesmo período em que pode ser veiculada propaganda comercial de produtos fumígeros.

Esta nossa iniciativa contribuirá, com certeza, para diminuir o consumo de derivados do tabaco e, portanto, esperamos poder contar com o indispensável apoio de nossos pares para sua aprovação pela Câmara dos Deputados.

Sala das Sessões, em de de 2000.

02/03/00

De Velasco
Deputado Federal

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. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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.

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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."

§ 3° 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. 2 conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

*** Vide Medida Provisória n° 2.039-19, de 28 de julho de 2000**

.....

.....

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.039-19, DE 28 DE JULHO DE 2000

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

.....

§ 6º A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para impedir a veiculação de propaganda enganosa de produtos e serviços submetidos ao seu controle, poderá exigir apresentação prévia de cópias das peças publicitárias referentes a esses produtos e serviços, conforme regulamento aprovado pela sua Diretoria Colegiada." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.451, DE 2000
(DO SR. BISPO RODRIGUES)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas pelos postos revendedores de combustível e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas pelos postos revendedores de combustível e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas em caso de infração.

Art. 2º Fica proibida a comercialização de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, pelos postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não.

Parágrafo único. A proibição expressa no *caput* aplica-se também a qualquer estabelecimento comercial que tenha funcionamento anexo aos postos revendedores de combustível.

Art. 3º A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator, sucessivamente, às seguintes penalidades:

I – multa no valor de dez mil reais;

II – multa no valor de vinte mil reais e suspensão do alvará de funcionamento por trinta dias, no caso de reincidência.

§ 1º Os valores das multas de que tratam os incisos I e II do *caput* serão reajustados de acordo com o índice de atualização dos débitos fiscais.

§ 2º A fiscalização e eventual aplicação das penalidades fica a cargo do órgão ou entidade de trânsito com jurisdição sobre a via em que estiver situado o estabelecimento.

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de sessenta dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Está bastante disseminada nos centros urbanos brasileiros a prática da venda de água mineral, refrigerantes e bebidas alcoólicas pelos

postos revendedores de combustíveis. Além disso, multiplicam-se as chamadas "lojas de conveniência", situadas geralmente em anexo aos referidos postos e que comercializam uma extensa gama de produtos, com destaque para petiscos e bebidas em geral. Muitas vezes, encontramos motoristas bebendo no próprio pátio do posto, enquanto esperam a realização de algum serviço em seus veículos. Fora das áreas urbanas, por outro lado, é corriqueiro encontrarmos, junto aos postos de combustível, restaurantes, bares e lanchonetes onde a comercialização de bebidas alcoólicas se faz sem a menor restrição.

Sabe-se que o número de acidentes de trânsito no Brasil é muito alto, mesmo depois da adoção do novo Código de Trânsito Brasileiro. Sabe-se, outrossim, que a ingestão de bebidas alcoólicas pelos motoristas é um dos principais fatores causadores de acidentes. O custo social desses acidentes, vale ressaltar, é altíssimo, tanto no que conceme às despesas médico-hospitalares com os acidentados, como em relação ao pagamento de pensões para os casos de morte e invalidez decorrentes dos acidentes.

A tolerância com tal situação encontra-se na contramão da necessidade de coibir a ocorrência de motoristas alcoolizados no trânsito, como forma de diminuir a incidência de acidentes. Entendemos que a comercialização de bebidas alcoólicas nesses estabelecimentos induz os motoristas a um comportamento de risco e nem sempre a fiscalização de trânsito consegue flagrar a tempo os condutores embriagados.

Por esta razão, estamos propondo à apreciação da Casa este projeto de lei, que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, pelos postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não. A mesma proibição estende-se a qualquer estabelecimento comercial que tenha funcionamento anexo aos postos revendedores de combustível. Para garantir a eficácia da medida, estamos prevendo a aplicação de penalidades aos estabelecimentos infratores.

Com isso, estamos certos de estarmos contribuindo para a melhoria das condições de segurança em nossas vias públicas. Esperamos, pois, contar com o decisivo apoio da Casa para a transformação em lei desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2000.

09/08/00

Deputado BISPO RODRIGUES

PROJETO DE LEI Nº 3.463, DE 2000
(DO SR. ODELMO LEÃO E OUTROS)

Estende restrições a propaganda comercial de bebidas alcoólicas.

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

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1° A propaganda de toda e qualquer bebida alcoólica somente poderá ser feita em anúncios e cartazes fixados nas dependências internas dos estabelecimentos legalmente autorizados e credenciados para proceder à sua comercialização.

Art. 2° Os estabelecimentos credenciados deverão exibir, em local de boa visibilidade, as advertências sobre os malefícios e riscos causados pelo consumo de bebidas alcoólicas.

Art. 3° O credenciamento e fiscalização dos estabelecimentos autorizados legalmente para comercializar bebidas alcoólicas, será efetuado pelo competente órgão municipal de saúde pública.

Art. 4° O descumprimento desta lei implicará no descredenciamento do estabelecimento para a comercialização de bebidas alcoólicas, sem prejuízos de outras sanções penais previstas na legislação em vigor.

Art. 5° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 6° Revoga-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Não há sentido em se proibir apenas a publicidade do fumo.

Se o argumento é o de proteção à saúde pública, não há razões para se proibir somente o fumo, quando, como já comprovou há muitos anos, a Organização Mundial de Saúde (OMS), as bebidas alcoólicas, trazem maior impacto negativo sobre a saúde da população mundial do que o fumo.

inclua-se o alcool nas restrições de propaganda comercial ou não se imponha nenhuma restrição à publicidade desses produtos. Porque, caso contrário, estaremos estabelecendo uma discriminação, que além de inconstitucional é hipócrita.

A Resolução nº 3.240, de 1983, da Assembléia Mundial de Saúde, afirma que "os problemas relacionados ao consumo de álcool estão classificados entre os principais problemas de saúde a nível mundial e constitui sério risco para a saúde, o bem estar e a vida humana".

Livro publicado em 1999, pelo Departamento de Abuso de Substâncias da Organização Mundial de Saúde, relata pesquisa realizada em oito países em desenvolvimento, incluindo o Brasil, revelando de modo consistente que:

1. Houve acentuado aumento do consumo de bebidas alcoólicas e do número de problemas relacionados ao álcool;

2. Caracterizou-se novo e rápido desenvolvimento de novos contingentes de consumidores (especialmente entre jovens e mulheres em áreas urbanas);

3. Aumentou a influência das empresas multinacionais na fabricação e distribuição de bebidas alcoólicas;

4. Ampliou-se a existência de varejistas não licenciados, bem como de produções ilegais e adulterações com aditivos perigosos;

5. Aumentou significativamente a disponibilidade de bebidas alcoólicas.

O mesmo relatório da OMS ressalta que o Brasil é uma exceção ao não exigir licença para a comercialização de bebidas alcoólicas, bem como ao permitir a livre propaganda de bebidas com menos de treze graus de teor alcoólico.

Os principais problemas de saúde relacionados ao consumo excessivo de álcool mencionados no citado relatório foram: cirrose hepática, pancreatite crônica, desordem mental, câncer do esôfago e hipertensão.

O consumo de cerveja no Brasil em 1995 foi de 7,5 bilhões de litros, equivalente a 2,5 vezes a mais do que em 1985, dobrando o consumo per capita em dez anos.

Dados do Instituto Médico Legal de São Paulo entre 1986 e 1993 sobre análises toxicológicas no caso de mortes não naturais identificaram a presença de álcool no sangue de 18.263 vítimas, enquanto a cocaína estava presente em 407 vítimas.

Relatório de 1997, da Escola Paulista de Medicina, sobre o uso de drogas entre estudantes de primeiro e segundo grau em dez capitais brasileiras, informa que "no Brasil o álcool é responsável por mais de 90% das internações hospitalares por dependência, além de aparecer em 70% dos laudos cadavéricos das mortes violentas".

Entre os estudantes pesquisados, o álcool é a droga mais amplamente utilizada. Muito a frente da segunda colocada.

Quase 30% dos jovens pesquisados já usaram bebidas alcoólicas até se embriagar.

No estudo realizado em 1997, constatou-se que após beber, 11% dos jovens se envolveram em brigas.

Sabe-se por meio da literatura internacional que entre 10 a 12% da população mundial é dependente de álcool, sendo este, seguramente a droga que mais danos traz à sociedade.

Comunicado de agosto de 1996, da Organização Mundial de Saúde, trazendo estatísticas disponíveis para a OMS, revela que, anualmente, ocorrem 750.000 mortes relacionadas ao álcool.

Doenças e acidentes relacionados ao álcool respondem por 3 a 4% do total de ocorrências de doenças e acidentes no mundo. O álcool é um fator significativo nas admissões nos hospitais, mortes de trânsito, acidentes nas indústrias, afogamentos, homicídios e suicídios.

A morbidade (incidência de enfermidade em determinada região) e a incapacidade física, resultante do uso exagerado do álcool, é um dos principais problemas em quase todos os países do mundo, além dos problemas causados ao indivíduo, o álcool está implicado em uma variedade de problemas sociais, incluindo-se a violência doméstica, destruição da família, falta ao trabalho e maltrato à crianças.

As mulheres também estão expostas a maiores riscos, relacionados ao álcool, devido as diferenças de suas condições físicas com relação ao peso do corpo e a composição do

tecido gorduroso. As mulheres sofrem uma maior concentração de álcool no sangue do que o homem para a mesma quantidade de álcool consumida.

Estudos do Instituto Nacional do Câncer, demonstram que o alcoolismo além de agente causal de cirrose hepática, em interação com outros fatores de risco, como, por exemplo, o vírus da hepatite b, está relacionado a 2 a 4% das mortes por câncer.

Aquele Instituto revela ainda que estatísticas têm demonstrado que o tipo de bebida (cerveja, vinho, cachaça, etc) é indiferente, na ocorrência de problemas de saúde.

Finalmente, volto ao início desta justificação, para ressaltar que a restrição apenas à propaganda de um produto envolve uma discriminação entre atividades econômicas legais, o que é expressamente vedado no título da ordem econômica e financeira da Constituição Federal, que especificamente assegura a todos o livre exercício de atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos.

Só faz sentido, portanto, se a restrição legal a propaganda comercial, se aplique também, às bebidas alcóolicas.

Sala das Sessões, em 09 de agosto de 2000

Odelmo Leão
Deputado Federal

PROJETO DE LEI Nº 3.583, DE 2000
(DO SR. PAULO JOSÉ GOUVÊA)

Proíbe a divulgação da prática do tabagismo e do consumo de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a divulgação da prática do tabagismo e do consumo de bebidas alcoólicas na programação das emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, nos termos desta lei.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditada dos seguintes artigos:

"Art. 5 A. Não poderão apresentar-se fumando, consumindo bebida alcoólica, ou portando qualquer produto derivado do tabaco e do álcool, os apresentadores, os entrevistados de programas de qualquer natureza, bem como os atores e figurantes de eventos gravados ao vivo.

Art. 5 B. A veiculação de películas cinematográficas, teleteatros e programas seriados que apresentem personagens ou figurantes fumando ou consumindo bebida alcoólica ficará limitada ao horário compreendido entre as vinte e três e as cinco horas."

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 1996, limita a publicidade de tabaco e de bebidas alcoólicas, mas não restringe adequadamente a prática do merchandising.

No entanto, este é um forte mecanismo de propaganda para tais produtos. Durante décadas, as empresas fabricantes de cigarros, por exemplo, financiaram filmes cujos personagens aparecessem fumando. Mais que uma propaganda em sentido explícito, trata-se de uma forma de tornar socialmente aceito o vício do tabagismo. A mesma prática foi adotada no que diz respeito ao consumo do álcool.

Porém, em virtude dos terríveis males provocados pelo tabagismo e pelo alcoolismo, é preciso que a sociedade brasileira prossiga em sua luta para restringir tais vícios. A nosso ver, um dos mecanismos para tal é impedir a veiculação de programas que ilustrem o consumo desses produtos.

Apresentamos, portanto, esta proposição, que insere nas disposições da Lei nº 9.294, de 1996, a proibição de apresentar pessoas fumando ou bebendo nos programas gravados ao vivo. No caso de filmes e seriados, estamos limitando o horário de veiculação, uma vez que obras clássicas do cinema, de elevado valor cultural, apresentam personagens que fumam ou bebem, até mesmo como crítica a tais hábitos.

Esperamos, assim, contribuir para o aperfeiçoamento da matéria e pedimos, portanto, o apoio dos ilustres Pares à proposta.

Sala das Sessões, em 13 de Setembro de 2000.

Deputado PAULO JOSÉ GOUVEA

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 2 e 4, 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.3 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 3.619, DE 2000
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Dá nova redação a dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1°. A Lei n.° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

" Art. 4°. Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas por intermédio de pôsteres, painéis e cartazes internos.

.....

§ 3°. As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis e cartazes internos, que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

Art. 4°-A. É proibida a propaganda, a venda e a distribuição de amostra grátis e brindes de bebidas alcoólicas, pelo correio.

Art. 5°. Fica proibido o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou indústrias fabricantes dos produtos referidos no art. 4°."

Art. 2°. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A presente proposição tem por escopo dar seguimento às restrições ao uso e à propaganda de bebidas alcoólicas.

Dados coletados pelo Ministério da Saúde indicam um crescente aumento da incidência de doenças decorrentes do consumo prolongado de bebidas alcoólicas, cuja iniciação vem ocorrendo já na adolescência, por indução da propaganda indiscriminada.

Em razão desse quadro, impõe-se ao Estado a adoção de medidas que se revelem eficazes no combate ao alcoolismo.

Conto com o devido apoiamento por parte de todos os meus pares na rápida aprovação de importante e justa providência social.

Sala das Sessões, 04 de outubro de 2000.

Deputado Lincoln Portela
PSL/MG

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. 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".

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.046, DE 2001
(DO SR. AIRTON CASCAVEL)

Proíbe a compra e a venda de bebida alcoólica em estabelecimentos situados às margens de rodovias federais, impondo multa ao infrator e a suspensão da carteira de habilitação de que eventualmente seja titular.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a compra ou a venda de bebida alcoólica em estabelecimento situado às margens de rodovia federal.

Art. 2º Àquele que violar a proibição contida no artigo anterior será imposta multa, no valor 10.000 (dez mil) UFIRs, que poderá ser aumentada até o triplo na hipótese de reincidência.

§ 1º O comprador ou o vendedor, sendo habilitado para dirigir automóvel, terá também suspensa sua carteira nacional de habilitação, pelo período de três meses.

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

JUSTIFICAÇÃO

Mesmo com a entrada em vigor do novo Código de Trânsito Brasileiro, havida no dia 23 de setembro de 1997, o número de mortes em razão de acidente automobilístico tem-se apresentado demasiadamente elevado.

Basta atentar para as notícias divulgadas pela imprensa, ou mesmo verificar dados oficiais divulgados por órgãos públicos, para se constatar o alto número de acidentes de trânsito, envolvendo morte ou não, que têm ocorrido nas estradas do nosso País.

Uma das maiores causas desses acidentes é sem dúvida a ingestão de bebida alcoólica, acima da quantidade indicada pela lei. O comércio dessa espécie de bebida, que é feito às margens das rodovias, contribui para a ocorrência dos acidentes de trânsito.

Em razão disso, propomos, como uma medida preventiva, a fim de se reduzir esse número inaceitável, que seja vedada a compra e a venda de bebida alcoólica em estabelecimento localizado às margens das rodovias federais, punindo-se o vendedor e o comprador com a pena de multa e, no caso de um deles ser também motorista, com a suspensão de sua carteira de habilitação.

Sala das Sessões, 01 de fevereiro de 2001.

Deputado AIRTON CASCAVEL
PPS/RR

06/02/01

PROJETO DE LEI N.º 556, DE 2003

(Do Sr. João Herrmann Neto)

Proíbe a compra e a venda de bebida alcoólica em estabelecimentos situados às margens de rodovias federais, impondo multa ao infrator e a suspensão da carteira de habilitação de que eventualmente seja titular.

(APENSE-SE AO PL-4046/2001.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º – 1° É vedada a compra ou a venda de bebida alcoólica em estabelecimento situado às margens de rodovia federal

Art. 2°- Àquele que violar a proibição contida no artigo anterior será imposta multa, no valor 10.000 (dez mil) UFIRs, que poderá ser aumentada até o triplo na hipótese de reincidência.

§ 1° O comprador ou o vendedor, sendo habilitado para dirigir automóvel, terá também suspensa sua carteira nacional de habilitação, pelo período de três meses.

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

JUSTIFICAÇÃO

Mesmo com a entrada em vigor do novo Código de Trânsito Brasileiro, havida no dia 23 de setembro de 1997, o número de mortes em razão de acidente automobilístico tem-se apresentado demasiadamente elevado.

Basta atentar para as notícias divulgadas pela imprensa, ou mesmo verificar dados oficiais divulgados por órgãos públicos, para se constatar o ano número de acidentes de trânsito, envolvendo morte eu não, que têm ocorrido nas estradas do nosso País.

Uma das maiores causas desses acidentes é sem dúvida a ingestão de bebida alcoólica, acima da quantidade indicada pela lei. O comércio dessa espécie de bebida, que é feito às margens das rodovias, contribui para a ocorrência dos acidentes de trânsito.

Em razão disso, propomos, como uma medida preventiva, a fim de se reduzir esse número inaceitável, que seja vedada a compra e a venda de bebida alcoólica em estabelecimento localizado às margens das rodovias federais, punindo-se o vendedor e o comprador com a pena de multa e, no caso de um deles ser também motorista, com a suspensão de sua carteira de habilitação.

Sala das Sessões, em de de 2003.

Deputado **JOÃO HERRMANN NETO**
PPS/SP

27/03/03

PROJETO DE LEI Nº 4.062, DE 2001
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Dispõe sobre a proibição de comercialização de bebidas alcoólicas em estádios de futebol e ginásios esportivos.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada a comercialização e o uso de bebidas alcoólicas no interior de estádios de futebol, ginásios e praças de esportes, assim como no raio de 500 (quinhentos) metros de sua localização, por ocasião dos eventos esportivos.

Parágrafo único. Será impedida de ingressar no estádio de futebol ou ginásio de esportes, qualquer pessoa que porte recipiente que contenha bebida alcoólica.

Art. 2º O descumprimento do previsto no art. 1º implicará:

I – para o agente que usar ou portar bebida alcoólica:

a) multa no valor de um salário mínimo;

b) penas de restrições de direitos previstas no art. 43 do Código Penal.

II – para o agente que comercializar bebida alcoólica:

a) apreensão dos recipientes que contenham bebidas alcoólicas;

b) multa no valor de dez salários mínimos;

c) penas de restrições de direitos previstos no art. 43 do Código Penal.

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

JUSTIFICAÇÃO

Um dos maiores desafios do milênio que se inicia é a reinserção de valores na vida cotidiana, de maneira a conciliar o desenvolvimento com a qualidade de vida. Não se pode aceitar a violência como um subproduto do desenvolvimento. Não é concebível criar espaços onde seja tolerada a violência. Muito menos quando estes espaços referem-se ao futebol, esporte que se tornou uma paixão nacional e um elemento da identidade do brasileiro.

Com o aumento da violência vêem-se cada vez menos famílias nas arquibancadas, tomadas por torcidas organizadas, que freqüentemente envolvem-se em conflitos. Ocasionalmente, dão-se tragédias como a ocorrida em 1995 no estádio do Pacaembu, em São Paulo, que vivenciou verdadeira batalha campal entre torcedores de Palmeiras e São Paulo. É simbólico que tal barbárie tenha se dado em frente à Praça Charles Müller, que trouxe o futebol para o País.

É comum que, verificadas as causas dos tumultos, encontre-se a ingestão de bebidas alcoólicas.

Não se pretende apregoar o moralismo.

O legislador reconhece situações em que a bebida, por seu potencial de gerar conflitos, é proibida. É o que se dá, por exemplo, nos dias de eleições. Ora, em nosso país a paixão partidária não é maior que a paixão esportiva. Nada impede que o torcedor após a partida, em sua casa ou espaços próprios para tanto, beba moderadamente, para comemorar a vitória ou esquecer a derrota.

Sala das Sessões, em 07 de fevereiro de 2001.

Deputado RONALDO VASCONCELLOS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CEDI

DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940

CÓDIGO PENAL

.....

PARTE GERAL

.....

TÍTULO V
DAS PENAS

CAPÍTULO I
DAS ESPÉCIES DE PENA

.....

Seção II
Das Penas Restritivas de Direitos

Penas restritivas de direitos

Art. 43. As penas restritivas de direitos são:

** Artigo, "caput" com redação dada pela Lei nº 7.209, de 11 de julho de 1984.*

I - prestação pecuniária;

** Inciso I com redação dada pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998.*

II - perda de bens e valores;

** Inciso II com redação dada pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998 .*

III - (Vetado).

IV - prestação de serviço à comunidade ou a entidades públicas;

** Inciso IV com redação dada pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998 .*

V - interdição temporária de direitos;

** Primitivo inciso II passado a inciso V pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998.*

VI - limitação de fim de semana.

** Primitivo inciso III passado a inciso VI pela Lei nº 9.714, de 25/11/1998.*

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.273, DE 2001
(DO SR. JAIR BOLSONARO)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias, defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220, da Constituição Federal", para proibir o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves comerciais.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivos à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias, defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220, da Constituição Federal", para proibir o consumo de bebida alcoólica em aeronaves comerciais, definindo as penalidades aplicáveis em caso de descumprimento da norma.

Art. 2º A Lei nº 9.294/96 passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

"Art. 2º-A É proibido o consumo de bebida alcoólica em aeronaves comerciais, que realizem vôos regulares ou fretados, em todo o território nacional.

"Parágrafo único. A proibição de que trata o caput deve ser informada aos passageiros durante a exposição oral das instruções de segurança, realizada no início de cada trecho voado.

"....."

"Art. 9º-A O descumprimento do disposto no art. 2º-A sujeita a empresa concessionária do serviço de transporte aéreo à multa no valor de R$ 500,00 (quinhentos reais), a ser aplicada pelo poder concedente.

"Parágrafo único. A mesma multa referida no caput aplica-se no caso de infração cometida por passageiro que consumir bebida alcoólica própria."

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

JUSTIFICAÇÃO

A ocorrência de distúrbios provocados por pessoas alcoolizadas a bordo de aeronaves não é fenômeno raro. Quando isso acontece, os demais passageiros, e até mesmo a tripulação, ficam à mercê de atitudes inconvenientes e constrangedoras, o que pode, até mesmo, significar problemas para a segurança do vôo.

Quando isso acontece, segundo o Sindicato Nacional das Empresas Aéreas, o passageiro tem que ser retirado do avião pela Polícia Federal, procedimento que causa atrasos, particularmente nas rotas em que não há escalas previstas. Como medida paliativa, algumas empresas já procuram limitar o consumo de bebida alcoólica por passageiro, o que, infelizmente, tem produzido pouco efeito prático, considerando a dificuldade em estabelecer o teto aceitável.

Este projeto de lei, ao proibir o consumo de bebida alcoólica em aeronaves comerciais, que realizem vôos regulares ou fretados, em todo o território nacional, objetiva reduzir as ocorrências desagradáveis a bordo dos vôos, contribuindo, assim, para a melhoria das condições de segurança do transporte aéreo. Para garantir a eficácia da medida, estamos prevendo a aplicação de multa aos infratores, sejam eles companhias aéreas, sejam os próprios passageiros.

Para atender ao que dispõe a Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, que "dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis, conforme determina o parágrafo único do art. 59 da Constituição Federal, e estabelece normas para a consolidação dos atos normativos que menciona", a proposta foi elaborada na forma de alteração à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, conhecida como "Lei Antifumo", que estabelece restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

Na certeza de que encontraremos eco para as nossas preocupações acerca da segurança no transporte aéreo, estamos oferecendo à apreciação da Casa esta proposição, que esperamos ver brevemente transformada em lei.

Sala das Sessões, em 14 de março de 2001.

Deputado JAIR BOLSONARO

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CEDI"

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO IV
DA ORGANIZAÇÃO DOS PODERES

CAPÍTULO I
DO PODER LEGISLATIVO

.....

Seção VIII
Do Processo Legislativo

Subseção I
Disposição Geral

Art.59. O processo legislativo compreende a elaboração de:
I - emendas à Constituição;
II - leis complementares;
III - leis ordinárias;
IV - leis delegadas;
V - medidas provisórias;
VI - decretos legislativos;
VII - resoluções.

Parágrafo único. Lei complementar disporá sobre a elaboração, redação, alteração e consolidação das leis.

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art.220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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.2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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 demais veículos de transporte coletivo.

** § 2º com redação dada pela Lei 10.167, de 27 12 2000*

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.

** Artigo, "caput", 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

.....

Art.9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:

** Artigo, "caput", com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

** Inciso V com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

** Inciso VI acrescido pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

** § 4º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000*

§ 5º (VETADO)

** § 5º acrescido pela Lei nº 10.167, de 27 12 2000.*

Vide Medida Provisória Nº 2.134-27, de 23 de Fevereiro DE 2001.

.....

.....

LEI COMPLEMENTAR Nº 95, DE 26 DE FEVEREIRA DE 1998

DISPÕE SOBRE A ELABORAÇÃO, A REDAÇÃO, A ALTERAÇÃO E A CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS, CONFORME DETERMINA O PARÁGRAFO ÚNICO DO ART. 59 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL, E ESTABELECE NORMAS PARA A CONSOLIDAÇÃO DOS ATOS NORMATIVOS QUE MENCIONA.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei Complementar:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art.1º A claboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis obedecerão ao disposto nesta Lei Complementar.

Parágrafo único. As disposições desta Lei Complementar aplicam-se, ainda, às medidas provisórias e demais atos normativos referidos no art. 59 da Constituição Federal, bem como, no que couber, aos decretos e aos demais atos de regulamentação expedidos por órgãos do Poder Executivo.

Art.2º (VETADO)

§ 1º (VETADO)

§ 2º Na numeração das leis serão observados, ainda, os seguintes critérios:

I - as emendas à Constituição Federal terão sua numeração iniciada a partir da promulgação da Constituição;

II - as leis complementares, as leis ordinárias e as leis delegadas terão numeração seqüencial em continuidade às séries iniciadas em 1946.

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-27, DE 23 DE FEVEREIRO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

....."" (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.424, DE 2001
(DO SR. DR. HÉLIO)

Acrescenta o inciso I ao § 3º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo o uso nas embalagens de cigarros e derivados das expressões "light" e "suave".

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

O CONGRESSO NACIONAL Decreta:

Art. 1º Inclui-se o inciso I ao § 3º do art. 3º, da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação:

Art. 3º.....

§ 3º .....

I - as embalagens a que se refere o parágrafo anterior, não poderão conter as expressões "light" e/ou "suave", e/ou expressões similares.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Inúmeras tem sido as tentativas do governo, organismos de saúde e organizações não-governamentais em alertar sobre os males do fumo, sem que, de forma efetiva, o número de fumantes tenha revelado uma redução significativa.

Preocupação constante da Organização Mundial de Saúde, o tema vem ganhando na Europa e EUA um clima de guerra cada vez mais explícita, onde p.ex., os termos mencionados nesta proposição estão para ser abolidos, uma vez que não têm nenhuma relação quanto à redução dos efeitos nocivos do fumo, mas sim quanto ao seu sabor. O que demonstra de forma ainda mais clara os artifícios usados pelos fabricantes para iludir e provocar a falsa sensação de que aquele cigarro faz menos mal que outro.

Num país onde cerca de 80 mil pessoas morrem precocente a cada ano e os jovens – especialmente as mulheres -, são cada vez mais atraídos pela industria tabagista, justa é também esta forma de alerta e prevenção.

Assim, contamos com especial apoio dos colegas para esta proposição.

Sala das Sessões, 03 de abril de 2001.

DEPUTADO Dr. HÉLIO

PDT/SP

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. 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.

** Artigo, "caput", 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27.12.2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27.12.2000.*

Art. 3-A. Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo.

** Artigo acrescido pela Lei n° 10.167, de 27.12.2000.*

Art. 3-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. 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. 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.

*** Vide Medida Provisória nº 2.134-28, de 27 de março de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-28, DE 27 DE MARÇO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 3º Fica criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, autarquia sob regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde, com sede e foro no Distrito Federal, prazo de duração indeterminado e atuação em todo território nacional.

....."(NR)

"Art. 7º .....

.....

VII - autorizar o funcionamento de empresas de fabricação, distribuição e importação dos produtos mencionados no art. 8º desta Lei e de comercialização de medicamentos;

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 928, DE 2003

(Do Sr. Julio Lopes)

Proíbe a inscrição dos termos "ligth", "suave" ou semelhantes nos maços de cigarros e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PL-4424/2001.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Fica proibida a comercialização de cigarros que contenham em seus maços as inscrições **"light", "suave"**, ou qualquer outra que intente informar ao consumidor que aquele produto tenha menores teores de substâncias cancerígenas do que os comercializados com os teores considerados padrão.

§ 1° Cada marca de cigarro obedecerá um mesmo padrão visual, não podendo a mesma marca ser comercializada por meio de maços com cores, dizeres ou logotipos diferentes daquela padronizada para a mesma marca.

§ 2° O não cumprimento do estabelecido neste artigo constitui crime contra as relações de consumo, na forma dos **arts. 68 e 75**, da **Lei n° 8.078**, de **11** de Setembro de **1990 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor**.

Art. 2° A indústria de cigarros tem o prazo de **12** meses, a partir da publicação deste Lei para adaptar os maços de cigarros às novas exigências.

Parágrafo único: Os produtos que, no prazo determinado por este artigo, não estiverem adaptados a esse modelo serão retirados do mercado.

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

JUSTIFICAÇÃO

É sabido e cientificamente provado que cada cigarro contém na sua fórmula mais de **4.700** mil substâncias tóxicas. Não bastasse isso, a cada dia que se passa descobrem-se mais elementos tóxicos adicionados ao fumo, que entram em contato , não só com os fumantes ativos, mas também com os passivos.

Vemos no mundo , notadamente, nos países mais desenvolvidos um forte combate ao consumo de cigarros, hoje considerado uma das maiores epidemias mundiais e, conseqüentemente , um dos maiores responsáveis pelo excessivo gasto que os Estados mantém na área de saúde repressiva.

Tal epidemia toma números alarmantes. Dados divulgados pela Sociedade Americana do Câncer – American Câncer Society – demonstraram que só em 2001, os mortos por câncer de pulmão nos Estados Unidos chegaram a **96.400** homens e **67.000** mulheres. O mesmo estudo revelou que o câncer de pulmão já representa o segundo tipo de tumor mais diagnosticado nos Estados Unidos, ficando atrás apenas do de mama entre as mulheres e o da próstata entre os homens. Ressalte-se que o fumo é também um dos agentes causadores destes dos últimos tipos de câncer.

Sabemos que as substâncias maléficas, conduzidas por cada cigarro fumado, podem atingir a todo o organismo humano: desde os olhos, provocando a cegueira por catarata ou por alteração da retina e, até a bexiga, provocando câncer, gastrite, úlcera de estômago ou de intestino, câncer do rim e do pâncreas (doenças hoje claramente associadas ao tabagismo). Atingem também a boca e a laringe, além do esôfago e do colo do útero.

O enfisema pulmonar e a bronquite crônica, também causados pelo fumo, levam o indivíduo a progressivamente ficar inválido, causando-lhe, a posteriori, uma morte lenta e cruel.

Estes elementos cancerígenos, já restou provado, podem aparecer após a inalação da fumaça do cigarro, pelas mais diversas formas. Podem ser pelos agrotóxicos usados na lavoura do fumo, inseticidas para a proteção das folhas do tabaco e podem se desenvolver durante a própria queima do fumo do cigarro ou do papel que o envolve. Esta queima se dá entre 800 a 1200 graus Celsius, temperatura da brasa na ponta do cigarro. A tal temperatura inúmeras substâncias se combinam, desencadeando o surgimento de novas substâncias, por pirólise ou pirossíntese, antes inexistentes na fumaça. Tudo isso penetra no organismo.

Sabe-se hoje que nem os filtros, lançados pela indústria de cigarros por volta de 1950, com o intuito de disseminar a diminuição do perigo do cigarro, mostraram-se eficazes, não diminuindo o número de óbitos pelo tabagismo. Ao contrário, apesar da redução do alcatrão, o número de óbitos aumentou pelas doenças do coração e do cérebro, pelo incremento em 30% do teor de monóxido de carbono na fumaça, provocado pelo filtro, pois as fibras do filtro (acetato de celulose) são também aspiradas pelo fumante.

Não bastassem esses dados alarmantes, vemos hoje a indústria do cigarro tentando cada vez mais burlar a boa-fé do consumidor. Se antes veio o filtro e após o alto investimento em propaganda, tentando atrair cada vez mais a população jovem para o vício – e para tanto utilizando-se da figura do galã bem sucedido, do carrão e das mulheres bonitas, além de tentar demonstrar um falso status social advindo do cigarro -, hoje o que vemos é mais uma vez a indústria enganando o consumidor ao anunciar o prazer com os mais "baixos teores" de nicótica e alcatrão, induzindo-o ao consumo por achar-se mais protegido dos malefícios do vício.

Nessa verdadeira guerra da indústria tabagista contra a saúde pública, ganhou espaço o Estado, no caso brasileiro, quando recentemente, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) proibiu a venda de derivados de fumo pela internet e estabeleceu que a publicidade desse tipo de produto só pode ser feita do lado de dentro do estabelecimento comercial, próximo de onde o produto está exposto. Porém, o mais

importante dessas recentes medidas é a obrigatoriedade de que uma das laterais do maço de cigarros, ocupando três quartos do produto traga o seguinte aviso " Esse produto contém mais de **4.700** substâncias tóxicas. Nicotina causa dependência física e psíquica. Não existe nível seguro para o consumo dessas substâncias".

Este nosso projeto de lei procura ir mais além na luta contra o tabagismo ao proibir nos maços de cigarros as inscrições **"light", "suave"** ou semelhantes, além de determinar a padronização dos maços de cigarros relativos a cada uma das marcas. A indústria do cigarro, em mais uma de suas formas de atrair o fumante, faz uma falsa propaganda, iludindo o consumidor que, ao ser informado por meio dessa linguagem que aquele tipo de cigarro tem menor teor de nicotina e alcatrão, o observa somente sob essa ótica, porém sem saber que embora menores, os índices ali de nicotina e alcatrão surtem o mesmo efeito maléfico ao organismo e que além disso não são essas as únicas substâncias causadoras do câncer e das doenças do aparelho respiratório. Existem, pelos estudos concluídos, ainda quase 5 mil outras substâncias que, combinadas levam o indivíduo ao óbito pelo uso do cigarro.

Por essas razões apresentamos o presente projeto de lei para o qual solicitamos o fundamental apoio dos nobres pares. A sua aprovação, pelo Congresso nacional, com certeza trará, de imediato, relevantes ganhos na luta do Estado contra o tabagismo, preservando-se assim milhares de vidas humanas e diminuindo sobremaneira os custos do Estado na área da Saúde, agindo dessa forma preventivamente em defesa do consumidor e da população em geral.

Sala das Sessões em, de 2003

DEPUTADO JULIO LOPES
PP/RJ

07/05/03

PROJETO DE LEI Nº 4.461, DE 2001
(DO SR. LUIZ BITTENCOURT)

stabelece condições para a circulação e comercialização de bebidas alcoólicas

\PENSE-SE AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas farão constar, de maneira ostensiva, adequada, clara e precisa nas embalagens dos referidos produtos, as expressões:

I – "PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 ANOS";

II – "O USO IMODERADO DESTA SUBSTÂNCIA CAUSA DIVERSOS MALES À SUA SAÚDE".

§ 1º Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito desta lei, no que tange ao inciso II, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

§ 2º Ficam proibidas a circulação, para a distribuição interna e a comercialização de produtos cujos rótulos ou embalagens não estejam de acordo com o disposto neste artigo.

Art. 2º Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas adequarão as embalagens dos seus produtos ao exigido nesta lei no prazo de cento e oitenta dias a contar da data de sua publicação.

Parágrafo único. As bebidas cujo lote de produção for anterior à publicação desta lei não serão atingidas.

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

JUSTIFICAÇÃO

O projeto de lei que apresentamos tem como escopo, após a devida tramitação dos atos processuais legislativos, estabelecer condições, aos fabricantes e distribuidores, para circulação e comercialização de bebidas que contenham substâncias etílicas, bem como proteger os consumidores de tais substâncias.

Para tanto, à luz dos arts. 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal, ambos regulamentados pela Lei Federal nº 8.078/90, que dispõe sobre a proteção do consumidor de bens e serviços e dá outras providências, busco disciplinar, especificando a supra-referida Lei Federal, a distribuição e comercialização de bebidas para o consumo humano.

Desta forma, o duplo efeito procurado pelo presente projeto de lei é chamar a atenção, de forma geral, sobre os males causados à saúde pelo uso imoderado de bebidas alcoólicas, e, de forma específica, dos menores de idade que são proibidos de consumirem tais substâncias.

São direitos básicos do consumidor, entre outros, tal como preleciona o Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal nº 8.078/90 -, Capítulo III, em seu art. 6º, I, II, III, a proteção da vida, a proteção contra produtos nocivos à saúde, a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, etc. Também, consubstanciando o referido artigo, os Capítulos IV e V, arts. 8º, 9º e 31 discrimina os cuidados que devem ter aqueles que fornecem produtos que, de uma forma ou de outra, possam causar algum mal à saúde.

Quanto à proibição de venda de bebidas alcoólicas aos menores de idade, espelho-me nas letras da Lei Federal nº 8.069/90, na qual é vedado, expressamente, no art. 81, inciso II, a venda de bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes, estes discriminados no art. 2º da aludida lei.

Os brasileiros não pode prescindir desses direitos e dessas proteções, ainda mais quando sabemos os múltiplos distúrbios, pessoais e sociais, que o excesso do consumo pode causar, principalmente em jovens, que, em sua maioria, fazem apologia a uma substância sem saber os males provocados às suas vidas.

Em nível pessoal-individual, o álcool causa dependências físicas e psicológicas, o que, com o passar do tempo, deteriora diversos órgãos do corpo, prejudicando suas respectivas funções. Além disso, a dependência enseja incontáveis problemas familiares, instigando a violência doméstica muitas vezes.

Em nível social, os males são ainda mais patentes, na medida em que grande número das mortes ocorridas por violência estão relacionadas ao uso de álcool. É público e notório que, dos acidentes ocorridos em nossas vias públicas, grande parte deles deve-se ao uso imoderado e inadequado de álcool, vitimando outros inocentes que não contribuíram para o acidente.

Há que se lembrar, sem embargo do que já foi dito até aqui, que o presente projeto de lei não acarreta qualquer tipo de custo para o contribuinte, uma vez que fica a cargo da iniciativa privada respeitar a pretensa lei. Quiçá trará algum ônus no momento do repasse do novo e pequeno custo das empresas ao consumidor, mas é, indubitavelmente, insignificante ante os benefícios trazidos à coletividade.

Por derradeiro, nada mais justo que externar os objetivos teleológicos deste projeto de lei, quais sejam, não o de atenuar a demanda de bebidas alcoólicas postas no mercado consumidor, prejudicando produtores e distribuidores, quanto muito o de tornar ainda escasso, em nosso Estado, o emprego de recursos humanos; ao contrário, busco apenas mitigar patologias sociais, atenuando os altíssimos custos do Estado, em todas suas esferas, com a busca de sanar estas mazelas.

Sala das Sessões, em 05 de abril de 2001.

Deputado LUIZ BITTENCOURT

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

.....

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

.....

TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

.....

V - defesa do consumidor;

.....

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

DISPÕE SOBRE A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

.....

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO III
DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art.6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência;

IX - (Vetado).

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

.....

CAPÍTULO IV
DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS

Seção I
Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar os informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção II
Da Oferta

.....

Art.31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar *informações corretas, claras, precisas,* ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

DISPÕE SOBRE O ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

.....

LIVRO I
PARTE GERAL

.....

PARTE GERAL

TÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

.....

Art. 2º Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até 12 (doze) anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos de idade.

Parágrafo único. Nos casos expressos em lei, aplica-se excepcionalmente este Estatuto às pessoas entre 18 (dezoito) e 21 (vinte e um) anos de idade.

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.532, DE 2001
(DO SR. RAIMUNDO SANTOS)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível e dá outras providências.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas em caso de infração.

Art. 2º Fica proibida a comercialização de bebidas alcoólicas em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não.

Parágrafo único. Estão sujeitas à proibição expressa no *caput* tanto as bebidas alcoólicas fermentadas como as destiladas, de qualquer teor.

Art. 3º A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator, sucessivamente, à penalidade de multa no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), a ser aplicada pelo órgão ou entidade de trânsito com jurisdição sobre a via em que situar-se o estabelecimento.

Parágrafo único. Em caso de reincidência, a multa de que trata o *caput* será aplicada em dobro e o infrator ainda ficará sujeito às seguintes sanções:

I – suspensão do alvará de funcionamento por trinta dias, na primeira reincidência;

II – cassação do alvará de funcionamento, na segunda reincidência.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Fenômeno dos dias atuais, as chamadas "lojas de conveniência", que funcionam 24 horas por dia, multiplicam-se nos nossos centros urbanos. Geralmente funcionando anexas aos postos de combustíveis, essas lojas comercializam vários produtos, como jornais e revistas, cigarros,

petiscos e bebidas em geral. Embora tais estabelecimentos possam ser úteis à comunidade em geral, preocupa-nos a liberalidade com que eles vendem bebidas alcoólicas a condutores de veículos, incentivando o desrespeito à lei de trânsito.

Por outro lado, nas rodovias, a existência de bares, restaurantes e estabelecimentos similares funcionando junto a postos de combustíveis é muito comum. Embora importantes para o conforto dos viajantes em geral, julgamos inadmissível a comercialização de bebidas alcoólicas nesses estabelecimentos, o que põe em risco não apenas a vida dos próprios motoristas que consomem tais bebidas, mas também a de todos os demais usuários das vias.

É de conhecimento geral que o número de acidentes de trânsito no Brasil continua alto, apesar dos rigores do novo Código de Trânsito Brasileiro. Muitos desses acidentes, a propósito, devem-se ao consumo de bebida alcoólica pelos condutores de veículos. Sempre cabe lembrar que o custo social decorrente dessa situação é altíssimo e engloba desde a cobertura de despesas médico-hospitalares com os acidentados até o pagamento de pensões para os casos de morte e invalidez.

Na certeza de que a sociedade não pode ser tolerante com esse fato, estamos propondo à apreciação da Casa este projeto de lei, que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas, fermentadas ou destiladas, de qualquer teor, em dependências vinculadas a postos revendedores de combustível, situados em área urbana ou não. Para que a medida não seja inócua, está prevista a aplicação de penalidades aos infratores.

Pretende-se, com a proibição, diminuir a incidência de condutores alcoolizados no trânsito, reduzindo, também, a ocorrência de acidentes, o que resulta em ganho para toda a sociedade.

Diante da importância social da proposta, esperamos contar com o decisivo apoio dos nobres membros desta Casa para a rápida transformação em lei da presente proposição.

Sala das Sessões, em 29 de abril de 2001.

Deputado RAIMUNDO SANTOS

PROJETO DE LEI Nº 4.745, DE 2001
(DO SR. JORGE PINHEIRO)

Proíbe a venda de bebida alcoólica em postos de abastecimento de combustível e estabelecimentos a eles vinculados e dá outras providências.

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

O congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei proíbe a venda de bebida alcoólica por postos de abastecimento de combustível e estabelecimentos comerciais a eles vinculados e dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas em caso de infração.

Art. 2º Fica proibida a venda de bebida alcoólica nos postos de combustível, situados em área urbana ou não.

Parágrafo único. A proibição expressa no *caput:*

I – aplica-se também às lojas de conveniência , bares , restaurantes ou qualquer outro estabelecimento comercial localizados em área anexo ao posto de combustível.

II – abrange as bebidas alcoólicas fermentadas e as destiladas, de qualquer teor.

Art. 3º A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator a multa no valor de dez mil UFIR´s , aplicada em dobro em caso de reincidência , a ser imposta pelo órgão ou entidade de trânsito com jurisdição sobre a via em que estiver localizado o posto de combustível:

Parágrafo único. Além da multa de que trata o *caput* , o infrator também fica sujeito à:

I – suspensão do alvará de funcionamento por trinta dias, na primeira reincidência ;

II - cassação de alvará de funcionamento , na segunda reincidência.

Art. 4º Esta lei entra em vigor após decorridos trinta dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÂO

É notório que o consumo de álcool pelos condutores de veículos constitui um fator significativo de indução de acidentes de trânsito. Com base nessa constatação, o Código de Trânsito Brasileiro define como infração gravíssima dirigir veículo sob influência de álcool, em nível superior a seis decigramas por litro de sangue. Os infratores são punidos com multa de alto valor e com a suspensão do direito de dirigir . O CTB vai além, tipificando como crime " conduzir veículo automotor, na via pública, sob influência de álcool ou substância de efeitos análogos , expondo a dano potencial a incolumidade de outrem".

Contraditoriamente, observa-se que muitos postos de combustível vendem bebidas alcoólicas, seja diretamente , seja por intermédio de estabelecimentos , como bares e restaurantes, a eles vinculados espacialmente. Em áreas urbanas , por outro lado, multiplicam-se as lojas de conveniência, onde podem ser encontrados diversos produtos, como cigarros, alimentos e bebidas em geral. É comum essas lojas transformarem-se em pontos de encontro de jovens que consomem os produtos no próprio local.

Essa situação é muito preocupante. A liberalidade com que tais estabelecimentos vendem bebidas alcoólicas a condutores de veículos, incentivando o desrespeito à lei de trânsito, vai de encontro à necessidade de coibir a presença de motoristas alcoolizados no trânsito, como forma de diminuir a incidência de acidentes. A venda de bebidas alcoólicas estimula o consumo por parte dos motoristas e, consequentemente , aumenta os riscos de sinistros, pois nem sempre a fiscalização de trânsito consegue identificar e retirar de circulação os condutores alcoolizados antes que eles venham a provocar um eventual acidente, pondo em risco a própria vida e a de outros usuários da via.

Diante disso, é oferecido à apreciação da Casa a presente proposição que pretende corrigir essa situação que consideramos danosa à sociedade. Para tanto, pretende-se proibir a venda de bebida alcoólica, fermentadas ou destilada de qualquer teor , em postos de combustível e estabelecimentos comerciais a eles vinculados . Como garantia de eficácia, definem-se punições para os infratores.

Na certeza de que a medida contribui para melhoria das condições de segurança do trânsito, conta-se com o apoio de todos para a aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em 23 de Maio de 2001.

Deputado Jorge Pinheiro

PROJETO DE LEI Nº 4.791, DE 2001
(DO SR. NORBERTO TEIXEIRA)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 4º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão advertências sobre os danos causados pelo álcool à mente humana, inseridas de forma legível e ostensiva.(NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A redução do uso de bebidas alcoólicas, apesar da existência da Lei 9.294 ainda não atingiu o resultado esperado. A Lei em tela merece ser aperfeiçoada.

A nosso ver, a simples recomendação de evitar o consumo do álcool, como consta deste texto legal, não é suficiente para causar impacto a ponto de reduzir o consumo. Caberá ao Poder Executivo elaborar maiores detalhamentos a respeito das mensagens a divulgar.

Temos a preocupação com vistas de tornar as mensagens de alerta ainda mais contundentes. Não podemos nos esquecer dos malefícios do álcool, especialmente com potencializador da violência urbana.

Esta iniciativa pretende se somar ao esforço de resguardar a saúde do nosso povo. Assim sendo, espero o apoio dos ilustres Pares para que ela seja acolhida com a celeridade que merece.

Sala das Sessões, em 31 de Maio de 2001.

Deputado Norberto Teixeira

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. 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.839, DE ..01
(DO SR. HENRIQUE FONTANA)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 4º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, ocupando metade da superfície dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor(NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A legislação sobre restrições ao uso do tabaco e de bebidas alcoólicas ainda merece muitos aperfeiçoamentos. Acreditamos que se está progredindo significativamente nesta área.

No entanto, a nosso ver, a propaganda do Ministério da Saúde merece destaque maior do que lhe foi concedido pela Lei em vigor. Propomos esta modificação com vistas a tornar ainda mais evidentes as mensagens de alerta que se referem aos malefícios do fumo, que passarão a ocupar a metade da superfície das embalagens em que são comercializados os produtos derivados do tabaco para o consumidor.

Esta iniciativa certamente se somará ao esforço travado para resguardar a saúde dos brasileiros. Assim sendo, espero o apoio dos ilustres Pares para que ela seja aprovada com a maior brevidade.

Sala das Sessões, em 02 de junho de 2001.

Deputado Henrique Fontana

LEGISLAÇÃO CITADA ANEX PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGI ITIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 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.

** Artigo, "caput", 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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."

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

VIDE MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-30, DE 24 DE MAIO DE 2001.

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.134-30, DE 24 DE MAIO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 4.955, DE 2001
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a veiculação de imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas na televisão.

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

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 fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal", proibindo a veiculação de imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas na televisão.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar aditado do seguinte parágrafo:

"Art. 4º .....

.....

§ 1º-A É vedada a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising, bem como a exibição de pessoas consumindo bebidas alcoólicas, nos programas de televisão produzidos no País após a publicação desta lei, em qualquer horário.

....."

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294/96 veio preencher uma importante lacuna no combate ao tabagismo e ao alcoolismo, ao restringir a propaganda desses produtos, evitando um crescimento acelerado de seu consumo. Tal medida é de grande importância social, em vista dos danos provocados pelo cigarro e pelo álcool que, conforme inúmeras estatísticas amplamente divulgadas nesta Casa, redunda em perdas anuais da ordem de bilhões de reais ao ano em tratamento de doenças, absenteísmo e danos patrimoniais decorrentes desses vícios.

Agregue-se que o alcoolismo, em especial, provoca desagregação social, decorrente dos seus efeitos nocivos sobre as relações do dependente com seus familiares, amigos, colegas e a comunidade em geral. É também apontado como uma das causas do número elevado de acidentes de trânsito observados no Brasil, que é, lamentavelmente, um dos países recordistas desse tipo de ocorrência.

A lei vigente, embora represente um avanço, em especial após os aperfeiçoamentos introduzidos recentemente, com restrições adicionais à propaganda de tabaco, merece aperfeiçoamentos ulteriores. Preocupa-nos, em especial, o elevado número de pessoas que são registradas nos programas de televisão consumindo bebida alcoólica ou fazendo merchandising do produto. Com o intuito de coibir essa prática, que resulta em forte estímulo ao consumo do álcool, oferecemos aos colegas Deputados este texto, que proíbe o merchandising de bebidas alcoólicas. Em vista dos devastadores efeitos físicos e morais do alcoolismo, conclamamos os ilustres Pares a apoiar a iniciativa.

Sala das Sessões, em 01 de agosto de 2001.

Deputado LINCOLN PORTELA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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. 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.121, DE 2001
(DO SR. LINCOLN PORTELA)

Altera a redação dos arts. 2º e 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação dos arts. 2º e 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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", com o objetivo de proibir a exibição de programas contendo imagens de pessoas fazendo uso bem como as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos fumígeros.

Art. 2º Os arts. 2º e 5º da Lei nº da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

§ 3º - É vedada a exibição de pessoas fazendo uso dos produtos mencionados no *caput* em todos os programas de televisão, filmes e assemelhados, produzidos no País, em qualquer horário.

Art. 5º São vedadas as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 2º desta Lei nas emissoras de rádio e televisão, inclusive para eventos alheios à programação normal ou rotineira, mesmo quando feitas apenas com a marca ou slogan do produto ou de seu fabricante.

Parágrafo Único. As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática veiculada em veículos de competição, estádios e locais similares".

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

JUSTIFICAÇÃO

A legislação que impõe restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros foi recentemente alterada pela Lei n° 10.167, de 27 de dezembro de 2000. O grande objetivo das modificações introduzidas foi eliminar a propaganda direta e indireta de cigarros e similares nas emissoras de rádio e televisão.

No entanto, as empresas fabricantes desses produtos têm feito propaganda de suas marcas nesses veículos de comunicação, aproveitando-se de uma brecha existente na Lei n° 10.167. O art. 5° permite chamadas e caracterizações de patrocínio para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, desde que identificadas apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação de seu consumo.

Apesar de conter algumas restrições, a referida lei está sendo usada para veicular um tipo de publicidade que pode induzir ao consumo de produtos, na medida em que provoca uma associação entre esses produtos e as marcas divulgadas, amplamente conhecidas pelos consumidores

A veiculação de imagens de pessoas fazendo uso dos cigarros e similares em filmes e programas de televisão tem sido uma forma de propaganda

indireta. Recentemente, uma emissora usou uma personagem caracterizada como adolescente, que fez uma verdadeira apologia ao uso do cigarros, em longas cenas.

A proposta que ora apresentamos pretende, portanto, eliminar essa falha da legislação. Para que não paire dúvidas quando da sua aplicação, optamos por alterar a redação do art. 2º e do art. 5º, vedando explicitamente a veiculação de imagens de pessoas fazendo uso dos cigarros e similares, e as chamadas e caracterizações de patrocínio, mesmo quando feitas apenas com marca ou slogan do produto ou de seu fabricante. Estendemos essas restrições à propaganda estática veiculada em veículos de competição e em estádios ou locais similares.

Entendemos que a introdução de mais esta modificação na legislação que restringe a propaganda de derivados do fumo irá contribuir de forma significativa para os esforços empreendidos para diminuir o número de fumantes e, principalmente, o número de doenças adquiridas pelo vício de fumar, em nosso País.

Dada a relevância da matéria, esperamos contar com o apoio de nossos pares nesta Casa para sua célere aprovação.

Sala das Sessões, em 15 de 08 de 2001.

Dep. Lincoln Portela

PSL/MG

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art.220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art.5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art.221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

LEI Nº 9.294, DE 15JULHO 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.2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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.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.

***Vide Medida Provisória nº 2190-33, de 26 de julho de 2001.**

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27DE DEZEMBRO DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art.1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º. .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"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.(NR)

§ 1º .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3°-A. Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"Art. 3°-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."

"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art.12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO)"

Art.2º (VETADO)

.....

Art.4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-33, DE 26 DE JULHO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.140, DE 2001
(DO SR. AIRTON ROVEDA)

Dispõe sobre alterações de dispositivos que tratam da propaganda de bebidas alcoóli da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e da Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O caput do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda". (NR)

Art. 2º O art.3º-A da Lei 10.167, de 27 de dezembro de 2.000 passa a vigorar com a seguinte redação

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º e 4º desta Lei, são proibidos:" (NR)

Art. 3º O art. 3º-B da Lei 10167, de 27 de dezembro de 2.000, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos e de bebidas alcoólicas que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento."(NR)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

No Brasil, os custos sociais relativos ao uso e abuso de álcool e drogas são aterradores. Quase sempre associando alcoolismo com dependência de drogas, os estudos realizados para aferir os prejuízos em termos de saúde pública para o País são reveladores da grave desatenção com estes problemas, notadamente no que se refere ao uso de bebidas alcoólicas, considerado um fato social aceitável e mesmo recomendável.

Assim, sem o controle devido, os gastos relativos a internações decorrentes do uso abusivo e da dependência de álcool e outras drogas, no triênio 1995-96-97, ultrapassaram os 310 milhões de reais. Neste mesmo período, o alcoolismo ocupava o 4º lugar no grupo das doenças que mais incapacitam.

No ano de 1996 o Sistema de Internação Hospitalar do Sistema Único de Saúde (SIH/SUS), registrou que a cirrose alcoólica do fígado foi a 7ª maior causa de óbito na população acima de 15 anos. Nesse mesmo ano, foram internados 39.255 pacientes acima de 15 anos com este diagnóstico. Desse total de pacientes, foram a óbito 3.626, significando cerca de 9.2%.

Constatou-se, também, que os transtornos mentais associados ao uso e abuso de substâncias psicoativas - Psicoses Alcoólica e por Drogas, Síndrome de Dependência do Álcool e Dependência de Drogas - são a segunda causa de internações psiquiátricas, sendo que estas se encontram entre as cinco primeiras causas de internação hospitalar no país.

As bebidas alcoólicas estão, também, estreitamente associadas à violência. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Nacional de Abuso de Álcool e Alcoolismo dos EUA, o uso excessivo de bebida é um fator verificado em 68% dos homicídios culposos, 62% dos assaltos, 54% dos assassinatos e 44% dos roubos ocorridos no país.

Ademais, o fator álcool é o mais relevante em casos de violência doméstica, de acordo com o mesmo estudo. Cerca de dois terços dos casos de espancamento de crianças ocorrem quando os pais agressores estão embriagados, o mesmo ocorre nas agressões entre marido e mulher.

No Brasil, infelizmente, a situação não é diferente. Em Recife, o Instituto Materno Infantil de Pernambuco (IMP) realizou estudo qualitativo sobre as principais causas da alta prevalência de casos suspeitos de transtornos psiquiátricos menores (síndrome de ansiedade e depressão) em mulheres de 20 a 45 anos na comunidade de Sítio Grande. Verificou-se que problemas com o marido foi a 1ª causa apresentada pelos grupos, sendo que o alcoolismo do marido foi apontado como a principal dificuldade enfrentada por estas mulheres no relacionamento familiar.

A preocupação com o uso de álcool e outras drogas por condutores de veículos automotores é justificável diante dos números alarmantes relativos a acidentes de trânsito no país. O novo Código Nacional de Trânsito, inclusive, vai ao encontro desta preocupação e estabelece que dirigir sob influência do álcool (níveis de alcoolemia iguais ou acima de 0,6g/l) é crime; estão previstas multa e prisão para aqueles que infringirem a norma.

Esta relação entre uso de drogas e acidentes de trânsito foi comprovada em recente estudo realizado em Recife, Brasília, Curitiba, e Salvador (1997). Os dados desta pesquisa revelam que 61% das pessoas envolvidas em acidentes de trânsito apresentavam alcoolemia positiva. Já entre aqueles que sofreram atropelamentos, 56.2% apresentavam algum nível de álcool no sangue. Quando foram pesquisados os acidentados por choque e capotamentos, verificaram-se as maiores proporções de presença de álcool, 71.1% e 63.6% das pessoas, respectivamente.

Estas considerações, que poderiam se alongar indefinidamente, servem para demonstrar a gravidade do alcoolismo em nossa sociedade. Seus males atingem o indivíduo, a família e toda a sociedade.

No entanto, nos defrontamos com o permanente estímulo ao consumo de álcool. Beber, em geral está associado a ter mais coragem, ser mais sensual, alegre e outros aspectos sempre altamente positivos.

Vários fatores contribuem para o incremento do alcoolismo e de suas nefastas conseqüências. Sem dúvida, a propaganda, que procura alcançar principalmente os mais jovens, é uma das suas principais causas.

A legislação em vigor estabelece algumas restrições à publicidade de bebida, especialmente na delimitação do horário para as emissoras de rádio e televisão. Desconsidera que o jovem tem acesso a tais horários, além de ignorar outros meios de comunicação, especialmente a Internet.

Os males provocados pelo alcoolismo se equivalem aos do tabagismo. Esta é uma constatação que nos leva a propugnar pela igualdade das leis que disciplinam a propaganda de ambos os produtos.

Os avanços da legislação no tocante ao uso do tabaco devem ser incorporados ao regramento do uso e da propaganda das bebidas alcoólicas.

A Lei 10.167/00 promoveu o aperfeiçoamento da Lei 9.294/00, que dispõe sobre as restrições ao uso e propaganda de cigarro, bebidas alcoólicas, medicamentos, entre outros, apenas no tocante aos produtos fumígeros.

Assim, com esta proposição pretende-se o aperfeiçoamento para as bebidas alcoólicas. Nesse sentido, incorporaram-se as principais alterações promovidas.

Dessa forma, a propaganda de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada na parte interna dos locais de venda, passando a ser proibido vender por via postal, distribuir brindes, fazer propaganda via eletrônica, inclusive pela internet, patrocinar atividade cultural ou esportiva, e várias outras restrições idênticas às aplicadas para o tabaco.

Da mesma maneira do previsto na Lei acima referida, manteve-se o prazo de janeiro de 2003 para a promoção de eventos esportivos e culturais internacionais.

As infrações serão, também, punidas com base no art. 9º da Lei 10.167/00.

Diante do exposto e da relevância da matéria, conclamamos os ilustres pares a apoiar a proposição.

Sala das Sessões, em 16 de AGOSTO de 2001 .

Deputado Airton Roveda

"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. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, 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. 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".

VIDE MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-33, DE 26 DE JULHO DE 2001.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no *caput* nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo" (NR)

"Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pósteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (NR)

§1º.....

.....

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; (NR).

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR)

.....

§ 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 ultima hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. "(NR)

"Art. 3º - A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada *merchandising* , nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricantes, sem recomendação de consumo."
"Art. 3° - 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."
"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (NR)

.....

V - multa, de R$5.000,00 (cinco mil reais) a R$100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (NR)
VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (NR)
§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transporte do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

Art. 3º (VETADO)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 27 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Gregori
Pedro Malan
Marcus Vinicius Pratini de Morães
José Serra
Benjamin Benzaquen Sicsú
Martus Tavares
Pimenta da Veiga

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-33, DE 26 DE JULHO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.464, DE 2001
(DO SR. RONALDO VASCONCELLOS)

Dispõe sobre restrições à veiculação de imagens de personagens fumando na programação das emissoras de televisão.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei veda a veiculação pelas emissoras de televisão de imagens de personagens fumando nos horários que especifica.

Art. 2º O art. 3º-A da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, com a redação dada pela Lei nº 10167, de 27 de dezembro de 2000, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

"Art.3º .....

VII-A - a veiculação pelas emissoras de televisão aberta ou por assinatura de programas contendo imagens de personagens fumando fora do horário compreendido entre vinte e duas e seis horas. "

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre restrições o uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas", foi drasticamente alterada no final do ano passado por iniciativa oriunda do Poder Executivo transformada na Lei nº 10167, de 12 de dezembro de 2000. A propaganda comercial de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco passou a estar liberada apenas quando feita por meio de pôsteres, painéis e cartazes, instalados na parte interna dos locais de venda. Dessa forma, as emissoras de rádio e televisão ficaram proibidas de veicular publicidade desses produtos em qualquer horário.

Referida lei ainda se preocupou em vedar explicitamente diversos outras condutas que estimulam o hábito de fumar, sendo que com *relação à televisão, também proibiu a propaganda indireta ou merchandizing* em toda a programação.

Tal medida deve ser, a nosso ver, complementada por outra restrição, pois continuamos assistindo, no dia a dia, à apresentação por esse veículo de comunicação de imagens de pessoas fumando em vários programas veiculados. A proposta que ora apresentamos pretende sanar essa lacuna legislativa, estabelecendo a vedação à veiculação dessas imagens durante programas apresentados antes das vinte e duas horas.

Esperamos com essa medida contribuir para desestimular o vício do fumo e desonerar a sociedade dos enormes custos envolvidos no tratamento de doenças crônicas sabidamente provocadas por esse hábito.

Sala das Sessões, em 02 de outubro de 2001.

Deputado Ronaldo Vasconcellos

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. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo.

** Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

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.*

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.528, DE 2001
(DO SR. IVAN PAIXÃO)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 4º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, ocupando pelo menos 30% da frente e 40% da parte posterior do maço, carteira ou pacote em que sejam comercializados ao consumidor(NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor em 1º de janeiro de 2.005.

JUSTIFICAÇÃO

Apesar dos avanços conseguidos com a legislação , os males do tabagismo ainda afetam uma proporção considerável de brasileiros, acarretando conseqüências fatais. Milhares de casos de câncer são tratados pela rede pública em decorrência deste vício, onerando o sistema de saúde em decorrência de um hábito nefasto. Outras doenças igualmente graves e incapacitantes estão associadas ao hábito de fumar, como doenças coronarianas, pulmonares e vasculares. Estima-se que existam mais de 30 milhões de fumantes no Brasil.

Na União Européia determinou-se que o tamanho das advertências sobre os malefícios do fumo deve ser aumentado. Concordamos com esta posição. De fato, o alerta veiculado merece um destaque maior nas embalagens de cigarros e outros produtos derivados do tabaco. Propomos um prazo de três anos para que as indústrias se adaptem a este mandamento.

Esta iniciativa certamente contribuirá para melhorar a informação aos milhões de brasileiros que continuam fumando. Diante disso, espero o apoio dos nobres Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 16 de outubro de 2001.

Deputado Ivan Paixão

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art .220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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.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.

** Artigo, "caput", 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória 2190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI Nº 5.561, DE 2001
(DO SR. MAGNO MALTA)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para tornar obrigatória a inclusão de mensagens de advertência nas embalagens e nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada por meio de pôsteres, painéis e cartazes na parte interna dos locais de venda.

§ 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, e conterá as mensagens de advertência dispostas neste artigo.

§ 2º Nas embalagens e nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas serão impressas as seguintes mensagens de advertência,

usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, sempre precedidas da expressão "O Ministério da Saúde adverte":

I - beber em excesso provoca cirrose do fígado;

II - a ingestão de álcool está associada à violência familiar;

III - três de cada quatro mortes no trânsito estão ligadas a bebidas alcoólicas;

IV -

V - ."

Art. 2º Esta lei entra em vigor noventa dias a contar de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Recente, pesquisa realizada em diversos países pala Organização Mundial comprova que o hábito de ingerir bebidas alcoólicas está se expandindo velozmente entre os jovens de vários países, entre eles o Brasil. Tal resultado coincide com o que observamos em trabalho pessoal, ao qual nos dedicamos há vários anos, de recuperação de jovens dependentes. É vertiginoso o crescimento do alcoolismo entre os adolescentes, com o maior número de casos incidindo na faixa etária de 13 a 15 anos, cruciais na formação do caráter.

O álcool é uma droga terrível, mas lícita. Seus efeitos nos adeptos e naqueles que os cercam são enormes e arrasadores. São 10 milhões os brasileiros dependentes de álcool. Foram 84.800 novas internações pelo SUS, em 2000, devido à dependência de álcool. O número de espancamentos de crianças por pais ou parentes, e as agressões entre marido e mulher, para os quais o consumo de álcool contribui significativamente, é assustador. Também chocante e envergonhador para o País é o elevadíssimo número de mortes por acidentes de trânsito, das quais sabermos que 75% estão ligadas a abuso de bebida alcóolica.

A atual legislação que disciplina a propaganda da indústria do fumo e das bebidas alcoólicas - Lei nº 9.294, de 1996, modificada pela Lei nº

10.167, de 2000 - trata, no nosso entender, estas duas drogas de forma distinta. Enquanto é bastante rígida para com a industria fumageira, deixa muito livre a propaganda de bebidas alcoólicas. O projeto de lei que ora submetemos à apreciação da Câmara dos Deportados pretende adotar para a publicidade das bebidas alcoólicas restrições e imposições existentes para a industria do fumo: tolerar a propaganda nos ambientes de venda e obrigar a aposição de mensagens nas embalagens e nos rótulos para alertar os consumidores para os malefícios da ingestão daquelas bebidas. Com as alterações que propomos na legislação disciplinadora da matéria, a propaganda passaria a atingir muito menos crianças e adolescentes, o que contribuiria, sem dúvida, para redução significativa do contato deste contingente de brasileiros com o álcool.

Contamos com o apoio dos ilustres Pares para o aperfeiçoamento e aprovação deste projeto de lei, pela sua grande importância social e econômica.

Sala das Sessões, 18 de outubro de 2001.

Deputado Magno Malta

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art.5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art.221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

LEI 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. 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".

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE *PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS* ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1° A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2° .....

.....

§ 2° É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3° 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.(NR)

§ 1° .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3° A *embalagem*, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3°A Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."
"Art. 3°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."
"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)
VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)
§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art.12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.708, DE 2001

(Do Sr. Dr. Heleno)

Modifica a lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e a propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art 4º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

*"**Art. 4º** - A propaganda comercial de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.*

§ 1º - A propaganda comercial do produto a que se refere este artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - 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, devendo sempre em seu final conter uma advertência, escrita, nos seguintes

*termos: "**O Ministério da Saúde adverte: O álcool em excesso faz mal à saúde**".*

*II - Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas deverão conter, **uma tarja**, com advertências nos seguintes termos: **"Venda proibida a menores de 18 anos" e "O álcool em excesso faz mal à saúde"** .*

III - No caso dos produtos importados é de responsabilidade do importador o cumprimento da presente Lei.

§ 2º - Os fabricantes e engarrafadores de bebidas têm até 06 (seis) meses para adaptar os rótulos de sua embalagem à presente Lei.

JUSTIFICATIVA

Por entender que os danos causados pelo alcoolismo são mais graves que aqueles produzidos pelo tabaco, uma vez que o álcool extrapola as fronteiras de seus usuários, afetando também as suas famílias, desestruturando-as, causando, desta forma malefícios à Sociedade.

A gravidade do alcoolismo pode ser também evidenciada quando pessoas inocentes são também atingidas em acidentes produzidos por motoristas irresponsáveis que teimam em dirigir embriagados.

Estamos na era da violência. É bem sabido que essa violência tem um íntimo relacionamento com o consumo excessivo de bebidas alcoólicas; logo, se quisermos implementar um combate efetivo a essa violência teremos que começar pela adoção de medidas que combatam a ingestão de bebidas alcoólicas em excesso e, sem dúvida nenhuma, essas medidas devem começar pela propaganda que é feita no grande meio de comunicação que é o rádio e a TV.

Urge pois, neste instante, para que corrijamos um lapso deixado na Lei 9.294/1996, que proibamos a veiculação de propagandas em emissoras de Rádio e TV sobre o uso de bebidas alcoólicas, por considerar que o excesso de sua ingestão sejam nocivos ao indivíduo e à Sociedade.

Não podemos também admitir que esses produtos tenham apenas uma tímida advertência em seus rótulos.

Logo, a presente proposta se justifica para dar uma equidade no tratamento que é dado hoje aos anúncios de produtos do tabaco que contêm mensagens alusivas aos prejuízos que podem trazer à saúde.

Sala das Sessões, em de de 2001.

13/11/01

Deputado Dr. HELENO

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. 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".

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.792, DE 2001

(do Sr. Ivan Paixão)

Cria obrigatoriedade de impressão de advertência nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei cria obrigatoriedade de impressão nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas de mensagem de advertência para os consumidores.

Art. 2º Nos rótulos dos recipientes de bebidas alcoólicas será impressa a seguinte advertência, independentemente de quaisquer outras mensagens obrigatórias sobre os prejuízos causados à saúde do consumidor: "Nunca dirija após ingerir bebida alcoólica".

Art. 3º Aplica-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I - apreensão do produto;

II – multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator.

Art. 4° Esta lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Organização Mundial da Saúde (OMS) iniciou recentemente, em onze países, entre eles o Brasil, um estudo sobre o impacto do consumo de álcool nos acidentes com trauma. "Cerca de 30% de todos os casos de lesões no mundo estão associados ao consumo abusivo de álcool", afirma a Drª Cheryl Cherpitel, consultora da OMS e diretora do Centro Nacional de Pesquisa sobre Álcool, nos Estados Unidos.

No que se refere a acidentes de trânsito, aproximadamente 40% de todas as mortes estão associadas ao uso de álcool. Em estudos realizados anteriormente no Brasil, apurou-se que o "índice de fatalidade" é muito superior ao de países desenvolvidos. Esse índice mede o número de mortes para cada grupo de 10.000 veículos e é usado internacionalmente para indicar o grau de violência no trânsito. Em 1997, o índice de fatalidade no Brasil foi 8,00. Países como Japão, Itália, EUA, França, Alemanha e Áustria, apresentam índices que variam de 1,50 a 4,00. Em outras palavras, apresentamos um índice duas vezes superior ao da Itália, que é olhada de modo nada simpático pelos demais países europeus. Pode ser que o novo estudo da OMS venha a apurar índice um pouco mais baixo que o de 1997, mas será altíssimo ainda.

Em outra pesquisa, esta coordenada pela Drª Vilma Leyton, famacêutica-bioquímica e perita criminal, do Núcleo de Toxicologia Forense do IML de São Paulo, com 2.360 vítimas de atropelamentos e colisões em 1999, apurou-se que cerca de 47% das vítimas fatais em acidentes de trânsito em São Paulo tinham quatro vezes mais teor alcoólico no sangue do que o limite previsto no Código de Trânsito Brasileiro. Esse estudo mostrou que as vítimas que beberam álcool apresentaram uma média de 2,4 gramas de álcool por litro de sangue, um índice alto se comparado ao limite estabelecido pelo Código, que é de 0,6 grama por litro. Indicação mais alarmante é que somente cerca de 3% desses indivíduos acidentados apresentava teor alcoólico no sangue inferior ou igual a 0,6g/l. Por que estes números assustadores?

Em primeiro lugar, porque o álcool, infelizmente, é uma droga lícita e barata. A sociedade não se choca com o seu consumo, permite tanto a veiculação de propagandas que associam sua ingestão a sucesso, como sua venda até mesmo em postos de abastecimento e restaurantes situados em estradas. Em segundo lugar, porque mesmo com as penalidades mais severas introduzidas no novo Código Nacional de Trânsito, em 1997, o causador de acidente de trânsito no Brasil dificilmente será preso após julgamento. Assim, consolida-se uma mentalidade de impunidade ou de imputabilidade branda, como prestação de serviços comunitários, pagamentos de indenizações em cestas básicas, etc.

O projeto de lei que ora apresentamos tem como objetivo criar mais um componente no conjunto de medidas educativas para a prevenção ou redução de acidentes de trânsito. Acreditamos que a simples repetição de leitura de uma mensagem de advertência ajuda no processo de conscientização do motorista, pelo que pedimos o apoio dos nobres pares para a aprovação da proposição.

Sala das Sessões, de de 2001.

28/11/01

Deputado Ivan Paixão

PROJETO DE LEI N.º 5.834, DE 2001

(do Sr. Eni Voltolini)

Dispõe sobre restrições à propaganda de bebidas alcoólicas fermentadas nas emissoras de televisão.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei veda a propaganda de bebidas alcoólicas fermentadas nas emissoras de televisão fora do horário compreendido entre vinte e uma e as seis horas.

Art. 2º É suprimido o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

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

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas", foi drasticamente alterada no final do ano passado por iniciativa oriunda do Poder Executivo, transformada na Lei nº 10167, de 12 de dezembro de 2000. Referida lei, que introduziu novas restrições à propaganda de produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco,

proibiu as emissoras de rádio e televisão de veicular publicidade comercial desses produtos em qualquer horário.

Quanto à propaganda comercial de bebidas alcoólicas, as restrições vigentes foram simplesmente mantidas. As emissoras continuam proibidas de veicular publicidade de bebidas com teor alcoólico acima de 13° Gay Lussac fora do horário compreendido entre vinte e uma e as seis horas. Dessa forma, podem ser apresentadas durante toda a programação, propagandas de bebidas fermentadas, tais como cerveja e chope, uma vez que elas possuem teor alcoólico abaixo do limite especificado.

A proposta que ora apresentamos pretende corrigir esse absurdo privilégio. O tratamento dado a esse tipo de bebida pela legislação atual, não se justifica, pois parece até que ela não causa dependência química nem provoca doenças crônicas em seus usuários habituais. Isso sem falar nas questões sociais, pois podem afetar o desempenho dos indivíduos tanto nos espaços familiares como no campo profissional. Ao suprimir o parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9294, pretendemos eliminar a distinção entre as bebidas destiladas de maior teor de álcool e as bebidas fermentadas e, assim, impor a essas últimas as mesmas restrições aplicadas pela legislação no que se refere à propaganda comercial desses produtos.

Esperamos que essa iniciativa contribua para diminuir o consumo de bebidas alcoólicas em nosso País e, portanto, dada a sua relevância, mereça o apoio de nossos pares para sua célere tramitação nesta Casa

Plenário Ulysses Guimarães, em 05 de Novembro de 2001 .

Deputado **ENI VOLTOLINI**

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumigeros, 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 fumígero, 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.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º. .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3. 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.(NR)

§ 1º .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.
Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."
"Art. 3°-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."
"Art. 9°. Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)
VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)
§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

Art. 3º (VETADO)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PROJETO DE LEI
N.º 5.973, DE 2001

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de a embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterem advertência sobre a proibição de sua venda a menores de 18 anos.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O *CONGRESSO NACIONAL* Decreta:

Art. 1° Fica proibido em todo o território nacional, a venda ou doação a menores de 18 (dezoito) anos de bebidas alcoólicas.

Parágrafo Único: Todos os menores de dezoito anos encontrados com bebidas alcoólicas ou em estado de embriagues, deverá ser encaminhado ao órgão de proteção ao menor.

Art. 2° A embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterão obrigatoriamente, a inscrição " Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos".

Art. 3° É considerado bebida alcoólica, qualquer bebida que tenha teor alcoólico.

Art. 4° Aplicam-se aos infratores desta lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor as seguintes sanções:

I - Multa de 1 (um) a 5 (cinco) salários mínimos;

II – Detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos.

Art. 5° Esta Lei passará a vigorar na data de sua publicação.

Art. 6° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O presente projeto de lei visa incluir na embalagem e no rótulo das bebidas alcoólicas de forma ostensiva, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos", com o objetivo de diminuir o consumo, cada vez mais crescente de jovens ingerindo tais bebidas, em grande parte, graças à agressiva publicidade.

O estatuto da Criança e do Adolescente, proíbe expressamente a venda de bebida alcoólica à crianças e adolescentes.

Porém é comum vermos crianças em estabelecimentos comerciais, comprando bebidas alcoólicas sem nenhuma restrição, por parte dos comerciantes e dos Órgãos Públicos.

O estatuto da Criança e do Adolescente vem sendo infringido continuamente das mais várias formas, visando acabar com tais desrespeitos ao estatuto que apresentamos o projeto de lei acima exposto.

Dada a gravidade dos problemas sociais inerentes ao alcoolismo, pedimos aos Nobres Pares o necessário apoio a esta proposta, que reputamos de grande relevância para a sociedade brasileira.

Sala de Sessões, 18 de dezembro de 2001.

Deputado CARLOS NADER
PFL-RJ

PROJETO DE LEI
N.º 6.017, DE 2001

(Do Sr. Ivan Paixão)

Proíbe o serviço de bebidas alcoólicas destiladas nos vôos domésticos de transporte de passageiros.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

Proíbe o serviço de bebidas alcoólicas destiladas nos vôos domésticos de transporte de passageiros.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Nenhuma companhia aérea de transporte de passageiros servirá, a bordo, bebidas alcóolicas destiladas, em seus vôos domésticos.

Parágrafo único. O não cumprimento do disposto no "caput" deste artigo acarretará a providência administrativa de detenção da aeronave, apreensão das bebidas alcoólicas transportadas e multa, na forma prevista no art. 295 do Código Brasileiro de Aeronáutica.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A questão da segurança dos vôos requer, nos dias atuais, devido à possibilidade de seqüestro da aeronave, o maior cuidado com relação

aos passageiros. Assim, ampliaram-se, nos aeroportos, os dispositivos de fiscalização e detetores de metais, que têm demonstrado a necessária eficácia. Nas aeronaves, além da formação específica de comissários e aeromoças para controlar passageiros ameaçadores, até os talheres do serviço de bordo, antes de aço, foram substituídos pelos de plástico... Vemos, então, que todas as medidas possíveis estão sendo implantadas e outras são bem-vindas e devem ser tomadas para garantir a segurança do vôo e a tranqüilidade dos passageiros.

O consumo de bebidas alcoólicas pelos passageiros, que faz parte do serviço de bordo nos vôos domésticos e internacionais, pode levar alguns maus bebedores, que se excedem, a um estado de embriaguez capaz de gerar comportamentos inconvenientes e até violentos, o que virá a causar incômodos para os demais passageiros, bem como sérios problemas para os comissários e até para os pilotos. Isso constituirá até um risco ao bom andamento da viagem.

Para evitar que tais fatos ocorram, será importante eliminar do cardápio do serviço de bordo dos transportes aéreos de passageiros pelo menos as bebidas alcóolicas destiladas, que são mais fáceis de levar à embriaguez.

Pela importância dessa medida, esperamos que o projeto de lei que ora propomos seja aprovado pelos ilustres Deputados.

Sala das Sessões, em de de 2001.

Deputado IVAN PAIXÃO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS – CEDI

LEI Nº 7.565, DE 19 DE DEZEMBRO 1986.

DISPÕE SOBRE O CÓDIGO BRASILEIRO DE AERONÁUTICA.

.....

TÍTULO IX
DAS INFRAÇÕES E PROVIDÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

.....

CAPÍTULO II
DAS PROVIDÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 295. A multa será imposta de acordo com a gravidade da infração, podendo ser acrescida da suspensão de qualquer dos certificados ou da *autorização ou permissão.*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.218, DE 2002

(Do Sr. Bispo Rodrigues)

Dispõe sobre a obrigatoriedade dos locais que comercializam bebidas alcoólicas a exporem advertência sobre os males desses produtos.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os locais que comercializam bebidas alcoólicas, de qualquer gênero, ficam obrigados a expor, em local de fácil visualização, advertência com os seguintes dizeres: "Beber provoca câncer no fígado, derrame cerebral e causa dependência."

Art. 2º Cabe ao Poder Executivo regulamentar esta Lei.

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

JUSTIFICAÇÃO

São por demais conhecidos os males provocados pelo uso do álcool e seus derivados. A sociedade brasileira tem cada vez mais tido informações sobre os riscos desse vício e inúmeras medidas tem sido tomadas para restringir a ação das indústrias produtoras de bebidas alcoólicas..

Destaca-se, dentre as iniciativas do Congresso Nacional na luta contra esse terrível mal, a aprovação da Lei 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, "QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E A PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMIGENOS, BEBIDAS ALCOOLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRICOLAS." Essa lei constituiu-se em uma grande conquista de nossa sociedade. Todavia, em que pese ter restringido de forma importante a propaganda de bebidas alcoólicas e similares, não foi capaz de abarcar todas as alternativas que as empresas de bebidas alcoólicas encontram para divulgar seus produtos ou estimular de forma direta ou indireta o consumo de seus produtos.

Assim, com objetivo de contribuir nessa luta, apresentamos proposição que obriga os locais que comercializem bebidas alcoólicas a estampar advertência sobre seus males.

Diante do exposto, conclamamos os ilustres pares a apoiar a presente iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2002.

06/03/02

Deputado Bispo Rodrigues

PROJETO DE LEI N.º 6.343, DE 2002

(Do Sr. Luiz Bittencourt)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 3º, da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, modificada pela Lei n.º 10.167, de 27 de dezembro de 2000, passa a vigorar acrescido dos seguintes incisos VII e VIII:

"Art. 3º .....

§ 2º .....

VII – fumar pode matar;

VIII – fumar prejudica sua saúde e a de pessoas próximas."

Art. 2º O § 4º do art. 3º, da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, modificada pela Lei n.º 10.167, de 27 de dezembro de 2000, passa vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º .....

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, devendo cobrir trinta por cento da frente e quarenta por cento do verso dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor."

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

JUSTIFICAÇÃO

É desnecessário discorrer sobre os malefícios causados pelo fumo. De há muito a humanidade já tem conhecimento da verdadeira devastação que os cigarros, charutos e quejandos causam no organismo não apenas dos fumantes, mas também de tantos quantos inalam a fumaça oriunda da combustão do tabaco.

Muito se tem feito no sentido de limitar o uso dos produtos fumígeros, bem como de se coibir a sua propaganda, geralmente sedutora e feita de modo a apresentar o fumante como uma pessoa de sucesso, cercado de belos companheiros do sexo oposto, que tem uma vida charmosa e cheia de aventuras.

Nada mais falso, dever-se-ia, ao contrário, apresentar, principalmente aos jovens, o final de um enfisematoso ou de um portador de câncer de pulmão ou de vias aéreas superiores.

Assim, com o intuito de desmistificar o uso do tabaco tomamos a iniciativa de oferecer à Casa alterações à legislação que regula a propaganda desses produtos. Tais modificações visam à inserção de mais duas mensagens mais incisivas no rol das que já se encontram previstas na norma em vigor: "Fumar pode matar" e "Fumar prejudica sua saúde e a de pessoas próximas".

Adicionalmente prevê-se que as mensagens devem ocupar espaço mais destacado nas embalagens de forma a que não se tornem um pequeno ornamento ilegível e sem nenhuma efetividade.

Isto posto, diante do alcance das medidas propostas, esperamos vê-las aprovadas pelo Congresso Nacional.

Sala das Sessões, em de de 2001.

19/03/02

Deputado LUIZ BITTENCOURT

"LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS- CeDI"

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TITULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art.5, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art.221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 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.

** Artigo, "caput", 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3° - A. Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo.

** Artigo acrescido pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-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 n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

***Vide Medida Provisória n° 2190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

ALTERA DISPOSITIVOS DAS LEIS Nº 9.782, DE 26 DE JANEIRO DE 1999, QUE DEFINE O SISTEMA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CRIA A AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, E Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977, QUE CONFIGURA INFRAÇÕES À LEGISLAÇÃO SANITÁRIA FEDERAL E ESTABELECE AS SANÇÕES RESPECTIVAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 6º O Anexo II da Lei nº 9.782, de 1999, passa a vigorar na forma do Anexo a esta Medida Provisória.

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

José Serra Martus Tavares

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2.º .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no "caput" nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"Art. 3. 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.(NR)

§ 1º .....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3-A Quanto aos produtos referidos no art.2 desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde

que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"Art. 3-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."

"Art. 9. Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3° Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4° Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art.12 da Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5° (VETADO)"

Art. 2° (VETADO)

Art. 3° (VETADO)

Art. 4° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PROJETO DE LEI N.º 6.622, DE 2002

(Do Sr. José Carlos Coutinho)

Estabelece a proibição da venda de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos comerciais situados nas áreas contíguas às faixas de domínio das rodovias federais.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O **Congresso Nacional** decreta:

Art.1º Os estabelecimentos comerciais, localizados nas áreas contíguas às faixas de domínio do Departamento Nacional de Estradas e Rodagem – DNER, somente poderão obter autorização para acesso às rodovias federais se se comprometerem a não vender bebidas com qualquer teor alcoólico.

Art. 2º A autorização já concedida será cancelada independentemente de notificação, se o respectivo estabelecimento não apresentar ao órgão concedente o compromisso sobrescrito, no prazo de 30(trinta) dias a contar da publicação desta lei.

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

Justificativa

Os acidentes de trânsito representam a 3º(terceira) maior causa de óbitos no país e a primeira, se considerada a população com idade até 50(cinqüenta) anos, além de outras tantas que são feridas ou ficam com lesões permanentes. Os leitos de ortopedia e de traumatologia dos hospitais são ocupadas em 63%(sessenta e três por cento) por acidentados de trânsito.

Os prejuízos sociais e materiais com acidentes são estimados em cerca de US$ 5 bilhões, cifra muito alta, que poderia ser sensivelmente reduzida, pois muitos deles são considerados evitáveis, como aqueles decorrentes de ingestão de bebida alcoólica.

O problema de embriaguez em acidentes de trânsito é de absoluta gravidade. Notoriamente o álcool, também quando

conjugado com drogas ou medicamentos, reduz drasticamente, a ação reflexiva dos motoristas ao dirigir, aumentando o risco à sua segurança e dos demais usuários das rodovias.

Deve-se considerar, entretanto, que a condução perigosa do veículo decorrente do uso do álcool, com risco para a segurança alheia, constitui contravenção penal que sujeita o condutor à pena de prisão simples de 15 dias 3 anos ou multa pecuniária. Apesar disto, não se tem notado uma redução dos níveis de acidentes provocados por alcoolemia, o que torna absolutamente urgente uma medida proibitiva através de um projeto de lei.

Finalmente, deve-se destacar que este projeto de lei justifica-se simplesmente por preservar o ser humano.

Sala das Sessão, em 23 de abril de 2002.

Deputado José Carlos Coutinho
PFL-RJ

PROJETO DE LEI N.º 6.729, DE 2002

(Do Sr. José Carlos Coutinho)

Estabelece a proibição de venda de bebidas alcoólicas para menores de 21 anos, e dá outras providências.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O **Congresso Nacional** decreta:

Art.1º É proibida a venda de bebidas alcoólicas para menores de 21(vinte e um) anos.

Art.2º Os infratores, sejam eles fornecedores, vendedores ou intermediários, serão penalizados com:

Pena – de 6(seis) meses e 2(dois) anos, sem direito a sursis.

Parágrafo único - A cada reincidência a pena será aumentada de um terço.

Art.3º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art.4º Ficam revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

O álcool é a mais antiga droga psicoativa conhecida pelo Homem, sendo utilizado desde tempos imemoriais. Assim, apesar de ser, provavelmente, a droga psicoativa mais deletéria da história, por sua potência, pelo seu inegável poder de destruição aguda e crônica do usuário e do seu ambiente e, sem dúvida, por sua aparente inocência, o álcool tem resistido incólume às tentativas encetadas em todo o mundo no decursos dos séculos.

É óbvio, que os indutores de utilização, em todo o seu fluxograma de capitalização, que se estende deste o fabricante ao vendedor, são, em verdade, os equivalentes disfarçados pela aceitação social, dos típicos traficantes de drogas.

Portanto, a intenção desta proposição é de deslocar, parcialmente, o foco clássico da atenção penal do usuário, talvez mais uma vítima, para o real vilão do contexto: o comerciante de

bebidas. Isto é, aquele que lucra sem qualquer pudor, com a venda de bebidas alcoólicas para jovens imaturos, comprometendo assim com o futuro do Brasil

Diante do exposto solicito aos Ilustres Pares a aprovação da presente medida.

Sala das Sessões, 08 de maio de 2002.

Deputado José Carlos Coutinho
PFL-RJ

PROJETO DE LEI
N.º 6.971, DE 2002
(Do Sr. José Carlos Coutinho)

Estabelece a prevenção do tabagismo entre crianças e adolescente.

(APENSE-SE AO PL.-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art.1º É proibida a venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina a menores de 18 anos de idade.

Parágrafo único - Para fins de comprovação de idade, apenas serão aceitos a Carteira Identidade emitida pela Autoridade de Segurança Pública e a Carteira Nacional de Habilitação, desde que contenha, fotografia e data de nascimento do portador.

Art.2º São proibidos, em todo o território nacional:

I - a venda de cigarros por unidade;

II - a venda de cigarros e pacotes contendo menos de 20 unidades;

III - a venda de cigarros por máquinas;

IV - a exposição à venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina em sistemas de auto-serviço;

V - a distribuição, a qualquer título, de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina a menores de 18 anos;

VI - a distribuição e a venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina por meio de serviços postais.

Art.3º Somente poderão expor à venda e vender tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina os estabelecimentos comerciais expressamente licenciados para isto pelos serviços de vigilância sanitária dos organismos de gestão municipal do SUS – Sistema Único de Saúde, segundo normas definidas pelo Ministério da Saúde.

§1º O licenciamento de que trata este artigo será renovado a cada ano e sua concessão será feita contra o pagamento de taxa ou emolumento, definição pela autoridade sanitária concedente.

§2º É obrigatória a afixação, nos locais de venda de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina, de aviso sobre

a proibição de venda desses produtos a menores e sobre os malefícios do uso desses produtos para a saúde.

Art.4º É proibida a venda de tabacos e cigarros e outros produtos contendo nicotina:

I - no prédio e nas dependências de escolas e demais estabelecimentos de ensino de todos os graus;

II - no prédio e nas dependências de centros e instalações desportivas;

III - em estabelecimentos que se destinem à guarda, estada, lazer, estudo ou moradia de crianças e adolescentes;

IV - num círculo compreendido por um raio de um quilômetro, tendo como centro qualquer um dos estabelecimentos anteriormente citados.

Art.5º É proibida a afixação de cartazes, outdoors, letreiros e outras formas de propaganda fixa de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina num círculo compreendido por um raio de um quilômetro, tendo como centro qualquer dos estabelecimentos citados no artigo anterior.

Parágrafo único - Fica igualmente proibida a realização de qualquer outra forma de publicidade e promoção de tabaco, cigarros e outros produtos contendo nicotina nessas condições.

Art.6º É proibida a afixação de marcas, logomarcas, slogan, símbolos ou cores identificativas de produtos ou de

fabricantes de tabaco, cigarros e produtos, contendo nicotina em camisetas, bonés, mochilas, sacolas, brinquedos, isqueiros, videogames, brindes e quaisquer outros produtos passíveis de uso ou consumo por menores ou a eles destinados.

Art.7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificativa

Apesar do reconhecimento crescente, por um número cada vez maior de grupos populacionais, dos malefícios do tabagismo para a saúde, este permanece como um importante problema de saúde pública em nosso País.

Estudos efetuados demonstram que fatores que favorecem o tabagismos entre crianças e adolescentes é ainda um campo aberto.

Apesar da existência de leis estaduais que proíbem a venda de cigarros a menores, crianças e adolescentes conseguem obter cigarros e produtos do tabaco em 67% (sessenta e sete por

cento) das vezes , e esta proporção cresce para 88%(oitenta e oito por cento) das vezes quando a fonte do produto é uma máquina. Restringir estes meios de acesso à droga, de formas mais efetiva, faz-se necessário.

Diante do exposto solicito a aprovação da presente medida pelos Ilustres Pares.

Sala das Sessões em, 12 de Junho de 2002.

Deputado Jose Carlos Coutinho
PFL-RJ

PROJETO DE LEI N.º 7.332, DE 2002

(Do Sr. Cabo Júlio)

Altera dispositivos da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994)

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 2º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput, inclusive de bebidas alcoólicas, nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo".

Art. 2º O art. 3º da Lei 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, inclusive de bebidas alcoólicas, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis, cartazes, na parte interna dos locais de venda".

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

Art. 4º Ficam revogados o § 2º do art. 1º e o caput do art. 3º da Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 trouxe grandes avanços à qualidade de vida dos brasileiros. Proibiu o uso dos produtos fumígenos em recintos coletivos, privados ou públicos exceto em áreas destinadas exclusivamente para tal fim; e nas aeronaves, até a primeira hora de viagem. Quanto à propaganda, restringiu sua ocorrência, sendo permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as 21h e 6h.

Não obstante o avanço, necessário foi intensificar as medidas que constaram na Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000. Proibiu o uso dos produtos fumígenos nas aeronaves e a propaganda nas emissoras de rádio e televisão. A única propaganda permitida pela lei só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes na parte interna dos locais de venda.

Louvável a então modificação, contudo deixou-se de lado a droga que, se não for mais, é tão agressiva quanto o cigarro.

O álcool é um depressor do cérebro e age diretamente em diversos órgãos, tais como o fígado, coração, vasos e na parede do estômago. A intoxicação é o uso nocivo de substâncias, em quantidades acima do tolerável para o organismo. Os sinais e sintomas da intoxicação alcoólica caracterizam-se por níveis crescentes de depressão do sistema nervoso central. Inicialmente há sintomas de euforia leve, evoluindo para tonturas, ataxia e incoordenação motora, passando confusão e desorientação e atingindo graus variáveis de anestesia, entre eles o estupor e o coma.

No sentido de inibir o uso, a prevenção é o melhor instrumento. Prevenir a sociedade e em especial os jovens das constantes propagandas na televisão e rádio, será o início da retomada do controle sobre o consumo do álcool.

O presente Projeto de Lei visa, como para os produtos fumígenos, proibir a veiculação em rádio e televisão de propagandas de bebidas alcóolicas. Veda, ainda, o uso destas bebidas em aeronaves.

Na convicção de que nossa iniciativa se constitui em oportuno e conveniente aperfeiçoamento da norma legal em vigor, e principalmente da prevenção e inibição do uso do álcool, esperamos poder contar com o valioso apoio dos nobres Pares em favor de sua aprovação nesta Casa.

Sala das Sessões, em 12 de novembro de 2002.

Deputado **CABO JÚLIO**

PROJETO DE LEI N.º 200, DE 2003

(Da Sra. Angela Guadagnin)

Dá nova redação ao parágrafo único, do art. 1º, da Lei nº 9294, de 15 de julho de 1996, que 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.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - O parágrafo único, do art. 1º, da Lei nº 9294, 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 qualquer teor alcoólico."

Art. 2º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Justificação

O aumento no consumo de bebidas de baixo e médio teor alcoólico, como cervejas, vinhos e em especial os produtos "ice", que misturam álcool com sucos de frutas, refrigerantes ou água, preocupa especialistas em alcoolismo. Cada vez mais reduz-se a idade em que os jovens se iniciam no consumo de bebidas, existindo muitos trabalhos científicos que mostram uma forte correlação entre o desenvolvimento de dependência química e a idade precoce com que se começa a beber.

A Lei 9.294/ 96 não considera alcoólicas as bebidas com graduação inferior a 13 graus Gay Lussac. Assim, cervejas, a maioria dos vinhos e os "ices" estão excluídos das regras que se aplicam às demais bebidas alcoólicas. Podem ser anunciados livremente na TV e no rádio sem se sujeitar às restrições de horário que existem para uísques e aguardentes. A esses produtos não se aplica nem mesmo o dispositivo que veda sua associação "a 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".

Com a chegada maciça dos produtos "ices" ao mercado teme-se que cada vez mais jovens iniciem-se no hábito de consumir álcool. Essas bebidas disfarçam o sabor característico das bebidas alcoólicas tradicionais tornando-as agradáveis ao paladar juvenil.

Não se trata, é claro, de proibir as cervejas, vinhos e mesmo os "ices", ainda que se suspeite que esses últimos visem principalmente ao público juvenil, que, em tese, não deveria beber. Mas é preciso pelo menos estar atento para que os fabricantes não lancem agressivas campanhas de marketing para capturar os jovens, como vem ocorrendo. A cidade de São Paulo, por exemplo, está repleta de outdoors anunciando "ices". E a televisão exibe grande quantidade de propagandas desses produtos.

É evidente que a distinção de graduação alcoólica estabelecida pela Lei 9294/96 não encontra amparo em nenhum trabalho científico conhecido nem nas regras do bom senso. Por isso, é necessário um controle mais efetivo da propaganda de bebidas alcoólicas, assim como foram realizadas para a propaganda de cigarros as modificações introduzidas pela Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de

2000. Por isso, não existe razão para não fazer o mesmo em relação às bebidas alcoólicas.

Ambos os produtos são legais e tem o consumo permitido no país. Isso não significa que sua utilização deva ser incentivada através de mensagens enganosas que procuram ludibriar os mais jovens. Nesses casos, o dever do legislador é coibir os riscos associados ao abuso, que existem e não são desprezíveis.

Em razão do exposto e alcance social da matéria, contamos com o apoio dos ilustres pares para a aprovação de nossa proposta.

Sala das Sessões, em 25 de fevereiro de 2003.

ANGELA GUADAGNIN
Deputada Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estimulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 fumígero, 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.

***Ver MedidaProvisória Nº 2190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001.

Altera dispositivos das Leis no 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e no 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

."Art.2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"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.(NR)

§ 1º

.....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"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."

"Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 204, DE 2003

(Do Sr. Rubinelli)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e a propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º.....

.....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertências sobre os males e danos causados pelo álcool as pessoas, inseridas de forma legível. (NR)"

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na 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, para os cidadãos, e principalmente para o Estado.

O atual texto normativo, recomendando que se evite o consumo excessivo de álcool, não é suficiente para causar um impacto e as pessoas diminuírem o seu consumo.

A medida proposta visa estabelecer um tratamento isonômico entre a propaganda do tabagismo e a do álcool, tendo em vista que primeira é muito mais rígida do que a segunda.

Assim, essa proposição que ora apresentamos á apreciação dessa Casa, ombora represente apenas uma pequena iniciativa, cremos tratar-se de relevante medida sócio-educativa.

Desse modo, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, com vistas á aprovação dessa propositura, que se reveste de inegável alcance social.

Sala das Sessões, em 26 de fevereiro de 2003

Deputado Wagner Rubinelli

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 504, DE 2003

(Do Sr. Bismarck Maia)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-204/2003.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° O § 2° do art. 4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 2° Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão a seguinte advertência exibida de forma clara e visível: " O consumo de álcool pode provocar dependência física e psíquica". (NR)".

Art. 2° Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Mesmo após o advento da Lei 9.294, de 1996, o consumo de bebidas alcoólicas vem se tornando cada vez maior, inclusive entre os mais jovens e as mulheres. No texto em vigor, as advertência prevista para as embalagens de cigarros são bastante efetivas, ainda mais se consideramos as fotografias associadas.

No entanto, no caso do álcool, a prevenção do abuso através de mensagens ainda é muito débil. Acreditamos que uma ênfase maior no perigo de causar dependência tanto física quanto psíquica é uma estratégia de baixo custo e que produz muito bons resultados. Assim sendo, pretendemos aperfeiçoar a Lei em tela, neste sentido.

A redução do consumo de bebidas alcoólicas resultará em menores taxas de doenças associadas, das mais variadas naturezas, além de redução substancial de incidentes violentos em nossa sociedade.

Desta forma, tenho a certeza de receber o apoio dos ílustres Pares para o acolhimento deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 26 de março de 2003.

Deputado **Bismarck Maia**

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

.....

.....

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. 4º Somonte 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. 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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 212, DE 2003

(Do Sr. Feu Rosa)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas destiladas em quiosques de praia, em feiras livres e por ambulantes em logradouros e locais públicos.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica proibida a comercialização de bebidas alcoólicas destiladas em quiosques de praia, em feiras livres e por ambulantes em quaisquer outros logradouros e locais públicos.

Parágrafo único. A proibição estende-se à comercialização de drinques e coquetéis de qualquer tipo, em cuja preparação sejam utilizadas as bebidas mencionadas no *caput*.

Art. 2º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita o infrator à multa de R$ 1.000,00 (um mil reais) e à apreensão do estoque de bebidas destiladas encontrado em seu poder.

Parágrafo único. Em caso de reincidência a multa estabelecida no *caput* eleva-se para R$ 5.000,00 (cinco mil reais).

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

JUSTIFICAÇÃO

A comercialização de bebidas alcoólicas destiladas em locais públicos atingiu níveis lamentáveis em todo o território nacional e, em especial, nas praias, no período de verão. Os ambulantes que tradicionalmente vendiam sorvetes, refrescos e biscoitos passaram a ofertar cervejas e bebidas alcóolicas, preparadas com a utilização de cachaça, vodca, uísque, etc.

O mesmo fenômeno pode ser observado, também, nas feiras de artesanato, nas competições esportivas e em muitos outros lugares públicos onde, geralmente, podemos observar famílias, adolescentes e até crianças aproveitando seus momentos de folga e buscando lazer nos finais de semana.

A venda de bebidas com elevado teor alcóolico nesses locais, por outro lado, pode ocasionar situações desagradáveis e até perigosas, uma vez que torna-se difícil para as autoridades o controle de seu consumo. É nesse ambiente que muitos menores de idade, que não podem ainda freqüentar bares e boates, encontram a oportunidade para seu primeiro contato com a bebida.

Em função disso, a comercialização de bebidas alcoólicas destiladas em locais públicos tem sido objeto de regulamentação restritiva em alguns municípios de nosso País. O noticiário da imprensa nesses locais leva a crer que os resultados obtidos têm sido amplamente favoráveis no que respeita à redução dos índices de violência.

Por esses motivos conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 21 de Fevereiro de 2003.

Deputado Feu Rosa

PROJETO DE LEI N.º 327, DE 2003

(Do Sr. Pastor Reinaldo)

Dispõe sobre a proibição de comercialização de bebidas alcóolicas em estádios de futebol e ginásios esportivos.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É vedada a comercialização e o uso de bebidas alcoólicas no interior de estádios de futebol, ginásios e praças de esportes, assim como no raio de 1 (um) quilometro de sua localização, por ocasião dos eventos esportivos.

Art. 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Não é mais suportável a sociedade assistir as dramáticas cenas de violência que ocorrem durante os jogos esportivos envolvendo torcedores em brigas que em muitas vezes geram graves agressões físicas e mortes.

Nas ocorrências policias existem a constatação que em grande parte as brigas e confusões nos estádios e ginásios de esportes são motivadas pelo excesso do uso de bebida alcoólica.

Este Projeto de Lei tem o objetivo de buscar a inibição da violência nos eventos esportivos e garantir aos torcedores segurança.

Acreditando na relevância de nossa preocupação, conclamamos nossos ilustres pares desta Câmara dos Deputados à analise e aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 13 de março de 2003

Deputado PASTOR REINALDO
PTB/RS

PROJETO DE LEI N.º 330, DE 2003

(Do Sr. Pastor Pedro Ribeiro)

Altera dispositivos da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger com as seguintes alterações:

"Art. 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas comercializadas em todo o território nacional conterão, além do teor alcoólico, a inserção obrigatória de mensagem de advertência, em fonte de letra tipo "times new roman", maiúsculas, com 1cm (um) de altura, e que ocupem, no mínimo, 20% de espaço dos mesmos, para esclarecer o consumidor quanto aos malefícios decorrentes da ingestão de álcool, nos seguintes termos:

I- "evite o consumo de álcool"

II- "o álcool gera dependência"
III- "o álcool incapacita"
IV- "cuidado, o álcool mata"
V- "o álcool vicia".

§ 3° As mensagens e/ou a que for escolhida das citadas no parágrafo anterior, deverão(á), também, ser exposta(s) em lugares visíveis, nos estabelecimentos que as comercializem.

§ 4° No caso de produtos importados, é responsabilidade do importador o cumprimento do disposto nesta lei.

§ 5° Não se aplica o disposto no § 2° aos produtos destinados à exportação.

§ 6° Quanto às bebidas alcoólicas, são proibidos:

I- o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
II- a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar e à margem das rodovias;
III- a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
IV- a comercialização em estabelecimento de ensino, de saúde e em local público;
V- o consumo por menores de 16 anos, em recintos coletivos.

Art. 2° O parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger com a seguinte redação:

"Art. 1° .....

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

Art. 3° O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de até 60(sessenta) dias contados de sua publicação.

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de 180(cento e oitenta) dias contados de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Um dos grandes desafios do momento é a mobilização da sociedade para o enfrentamento do alto consumo de bebidas alcoólicas no País, da mesma forma como se deu com a grande campanha contra o tabagismo.

Como resultado dessa mobilização, as estatísticas mostram que o brasileiro passou a fumar menos. Em relação às bebidas alcoólicas, a situação é inversa: a população passou a beber mais. Em decorrência das restrições impostas à propaganda de cigarro, o seu consumo caiu, consideravelmente. Por outro lado, a liberalização em relação à bebida vem contribuindo para a elevação do seu consumo.

A sociedade parece ter esquecido que o consumo de álcool é tão ou mais danoso à saúde pública quanto o cigarro. A ingestão de álcool está comprovadamente ligada a várias patologias: hipertensão arterial, AVC, insuficiência coronariana, doenças mentais, úlcera gástrica e duodenal, cirrose hepática e vários tipos de câncer.

O álcool é uma droga psicotrópica que atua no sistema nervoso central, provocando mudanças de comportamento de quem

o consome, além de ter alto potencial para desenvolver dependência. Não se entende que o seu consumo seja não só admitido, como incentivado pela sociedade e até pelo núcleo familiar.

É ainda mais preocupante a alta incidência de consumo de álcool pela população jovem. O contato com a bebida ocorre, em média, aos 11 anos de idade. O álcool é, então, a porta de entrada de outros tantos vícios, inclusive do uso de drogas pesadas.

E os fabricantes vêm investindo pesadamente em bebidas direcionadas para jovens. É o caso dos produtos "ices", servidos em "festinhas ruidosas", onde é predominante a presença de adolescentes. Mensagens relacionadas à bebida, focadas no hábito de vida dos jovens, no esporte, na diversão, na boa performance sexual, no sucesso na vida, são jogadas constantemente a estas pessoas de pouca idade, ainda estruturalmente vulneráveis e sem condições de discernir o que está por trás da propaganda..

São incalculáveis os riscos representados pelo consumo precoce de bebidas alcoólicas. Estudos da UNIFESP revelam que "quanto mais cedo se começa a beber, mais chance a pessoa terá de ficar dependente."

Para enfrentarmos este problema, estamos levando à consideração do Congresso Nacional o presente Projeto de Lei que altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996:

- propondo que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas comercializadas no território nacional - excluindo-se, portanto, os produtos destinados à exportação -. contenham, além do teor alcoólico, mensagem de advertência que esclareça o consumidor quanto aos malefícios decorrentes da ingestão continuada de álcool;

- introduzindo dispositivo que veda as empresas que fabricam ou comercializam bebidas alcoólicas de patrocinar atividade cultural ou desportiva; de veicular
propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco e à margem de rodovias; de distribuir qualquer tipo de amostra ou brinde e, também, de comercializar o produto em estabelecimento de ensino, de saúde e em locais públicos;
- vedando o consumo, por menores de 16 anos, em recintos coletivos, assim definido pelo Decreto nº 2.018, de 1º.10.96, que regulamenta a Lei nº 9.294, de 15.07.96:

> ***"recinto coletivo**: local destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como, casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabeleciamentos similares" (Dec. Nº 2.018, de 15.07.96, art. 2º-I).*

A proibição do consumo de bebidas alcoólicas por menores de 16 anos é, no nosso entender, uma medida complementar àquela constante na Lei nº 8.069, de 13.07.90 (Estatuto da Criança e do Adolescente), que estabelece a "proibição de venda de bebidas alcoólicas à criança e ao adolescente" (art. 81-II).

A prática mostra que a simples proibição de venda não se revela eficaz. Os adultos compram e os menores consomem abertamente. Ao proibir o consumo de bebidas alcoólicas, por menores de 16 anos, nos "recintos coletivos", estamos criando mais um fator impeditivo ao acesso dos jovens a este vício comprovadamente maléfico.

Merece um destaque especial, ainda, o art. 2° do Projeto, que dá nova redação ao parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 15.07.96. Com a nova redação, as bebidas alcoólicas passam a ser
definidas como *"as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a quatro graus Gay Lussac"*

A nova definição tem como objetivo precípuo defender a população jovem que vem sendo sistematicamente pressionada pela propaganda e pela oferta a preços baixos dos denominados produtos "ices" (mistura de vodka, uisque, rum ou cachaça, com sucos, água ou outro líquido), com teor alcoólico em torno de 5%. É com estes produtos, vendidos como "poções mágicas", que os fabricantes "molham com álcool, pela primeira vez, os bebdores juvenis".

Com a nova redação dada ao parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 15.07.96, passaram a ser estes produtos considerados, também, como bebidas alcoólicas e, portanto, sujeitos às restrições impostas pela legislação vigente.

O presente Projeto de Lei tem embasamento constitucional: art. 220, § 4° da Constituição Federal, que assim estabelece:

> ***"a propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes do seu uso"***

Este dispositivo constitucional foi devidamente regulamentado pela Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996. Estamos propondo alterações que, no nosso entender, permitirão um efetivo trabalho de combate ao alcoolismo e ajudarão a criar um ambiente

saudável e protegido, ao abrigo das conseqüências nefastas do consumo de álcool.

Dada a relevância social da Proposta, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares na sua rápida tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2003

Deputado PASTOR PEDRO RIBEIRO

PROJETO DE LEI N.º 412, DE 2003

(Do Sr. Jorge Boeira)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

" § 2º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão mensagens sobre alcoolismo e outras doenças físicas e psíquicas decorrentes do uso abusivo de bebidas alcoólicas, de acordo com as normas regulamentadoras. (NR)".

Art. 2º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O sucesso na redução do uso de derivados do fumo que se observou após a edição da Lei 9.294 não se repetiu com relação ao uso abusivo e à dependência do álcool.

Ao observarmos a lei em questão, encontramos a advertência "evite o consumo excessivo de álcool" como obrigatória. Ora, acreditamos que esta frase tem impacto próximo a zero diante da gravidade e da extensão dos males provocados pelo abuso das bebidas alcoólicas. Evitar o consumo excessivo, a nosso ver, é uma frase suave demais, desprovida do poder de provocar mudanças em hábitos muitas vezes bastante arraigados.

Assim, propomos que as mensagens nos rótulos versem sobre alcoolismo e tantas outras doenças físicas e psíquicas decorrentes do abuso do álcool, muitas delas fatais. A melhor forma de determinar seu conteúdo é através das normas regulamentadoras, a serem elaboradas pelo Ministério da Saúde. Por exemplo, como conseqüência do alcoolismo podem se desenvolver patologias diversas, e não somente a cirrose hepática, de conhecimento geral. São encontradas alterações cerebrais, diferentes tipos de câncer, cardiopatias, úlcera, esofagite, pancreatite, entre inúmeros problemas. Isto, sem mencionar os danos potenciais para o feto em gestação, e o aumento no número de acidentes, de trânsito, domésticos ou de trabalho.

A lista de danos à saúde pelo abuso de álcool é extensa e inclui condições de extrema gravidade. Desta forma, temos a certeza de receber apoio incondicional para esta proposta.

Sala das Sessões, em de de 2003.

19/03/03

Deputado Jorge Boeira

PROJETO DE LEI N.º 445, DE 2003

(Do Sr. Luiz Bittencourt)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do parágrafo 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com as seguintes alterações:

" Art. 4º .....

.....

§ 2º Os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas conterão advertências sobre os danos causados pelo álcool à mente humana."(NR).

§ 3º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do abuso do álcool, de acordo com as normas regulamentadoras."

Art. 2º Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei 9.294, de 1996 deixou algumas lacunas que foram sanadas pela Lei 10.167, de 27 de dezembro de 2000. No entanto, observamos que prepondera a preocupação com o produtos fumígenos. Quanto a bebidas alcoólicas, as restrições à propaganda são bastante pequenas.

Sentindo a necessidade premente de reduzir o consumo excessivo de álcool, tendo em vista a seriedade dos agravos que ele traz para a saúde e para a saúde de toda a sociedade, além dos prejuízos econômicos que dele decorrem, acreditamos ser indispensável reformular as mensagens de advertência constantes nos rótulos e embalagens, bem como inserir em todas as peças publicitárias mensagens de alerta sobre danos à saúde.

Para elaborar o conteúdo destas mensagens, recorremos à

regulamentação por parte do Poder Executivo.

Isto posto, elaboramos este projeto de lei, ora submetido à *apreciação dos ilustres Pares, contando com a célere aprovação que tema de tal* gravidade demanda.

Sala das Sessões, em 19 de março de 2003.

Deputado Luiz Bittencourt

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 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. 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.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000.

ALTERA DISPOSITIVOS DA LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996, QUE DISPÕE SOBRE AS RESTRIÇÕES AO USO E À PROPAGANDA DE PRODUTOS FUMÍGENOS, BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TERAPIAS E DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo."(NR)

"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.(NR)

§ 1º .....

.....

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;(NR)

.....

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes.(NR)

.....

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.(NR)

.....

§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses."(NR)

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo."

"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."

"Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:(NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;(NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.(NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.
§ 5º (VETADO)"

Art. 2º (VETADO).

Art. 3º (VETADO).

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PROJETO DE LEI N.º 871, DE 2003

(Do Sr. Julio Lopes)

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, estabelec restrições para a venda de bebidas alcoólicas e dá outras providências

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1° Fica revogado o parágrafo único do **art. 1°** da Lei n° **9.294**, de **15** de julho de **1996**.

Art. 2° Acrescente-se o **art. 1°A** à Lei n° **9.294**, de **15** de julho de **1996**, que passa a vigorar com a seguinte redação:

"**Art. 1°A** Para efeito desta Lei a graduação alcoólica de uma bebida será expressa em porcentagem de volume de álcool etílico, à temperatura de vinte graus Celsius.

Parágrafo único Bebida alcoólica é a bebida com graduação alcoólica acima de meio e até cinqüenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius .

Art. 3° Acrescente-se o seguinte **§ 3°** ao **Art. 4°** da Lei **9.294**, de **15** de julho de **1996**.

"**Art 4°** Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e a seis horas.

§ 1° .....
§ 2° .....

§ 3° Os rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência em, letras grandes e destacadas, com os seguintes termos : " É proibida a venda e o consumo de bebida alcoólica a menores de 18 anos" e " a bebida alcoólica causa dependência química".

Art. 4° Fica proibida a venda de bebidas alcoólicas para menores de dezoito anos, por quaisquer estabelecimentos, inclusive supermercados, lojas de conveniências, restaurantes, bares, boates, lanchonetes ou similares.

Art. 5° Aplicam-se aos infratores desta lei, além das outras penalidades previstas na legislação em vigor, as seguintes sanções:

I – Multa de ***R$ 500, 00*** a ***R$ 1.500,00***
II – em caso de reincidência, além da multa estipulada, detenção de *1* a *3* anos.

Art. 6° Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O projeto ora apresentado visa a inibir o crescente consumo de bebidas alcoólicas pelos mais jovens das chamadas bebidas **'ice'** em geral – entre os produtos alcançados pela Lei **9.924**, de **15** de julho de **1996**.

Atualmente são toleradas as bebidas com teor alcoólico acima de meio por cento em volume, a vinte graus Celsius, que são consideradas drogas.

Estudos do Ministério da Saúde, elaborados pelo Serviço de Atenção ao Alcoolismo e à Drogadição da Coordenação da Saúde Mental, definiram como bebida alcoólica toda e qualquer bebida que em sua formulação contenha álcool etílico, independentemente do seu grau de concentração, o que sepulta em definitivo o exposto do parágrafo único do **art. 1°** da Lei n° **9.294**, de **15** de julho de **1996**, que considera alcoólicas somente as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac. Neste aspecto é a nossa proposta para que se revogue esse dispositivo, dando-se novo conceito à bebida alcoólica, seguindo a forma semelhante à formulação inserta no Decreto n° **3.510**, de **16** de junho de **2000**, definição essa proveniente de um regulamento do Ministério da agricultura, não guardando, portanto, relação com a preservação da saúde coletiva. Porém, ao nosso ver, ao inserir esse dispositivo na presente proposição, estaremos alcançando o propósito da preservação da saúde, por meio de um instrumento cogente de maior hierarquia no ordenamento jurídico.

Dados confirmados pelo **IV** Levantamento sobre o Uso de Drogas entre Estudantes de **1°** e **2°** graus, em **10** capitais brasileiras – realizado pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas – CEBRID, da Escola Paulista de Medicina relatam: " a cerveja é a bebida usada com mais freqüência pelos estudantes **(36%)**, seguidas pelos vinhos **(15,3%)** da preferência.

O Espanto maior advém do fato que esses estudos não levaram em conta a maior das novidades do mercado, até porque ela chegou após a sua conclusão: o consumo cada vez maior das bebidas denominadas "ice". Hoje, encontramos no mercado, à mão da parcela mais jovem da sociedade, incluindo- se adolescentes e até pré-adolescentes, esse terrível produto. São "ice vodca", "ice cachaça" e etc , que disfarçados, até com o gosto suave de sucos de frutas, levam esses jovens ao consumo desmesurado e ao vício com a idade cada vez mais precoce.

A proibição da venda dessas bebidas a menores de dezoito anos e a obrigação da advertência nas embalagens dessas bebidas, principalmente nas denominadas "ice", *justifica-se pois hoje, embora haja a proibição legal da* venda desses produtos em estabelecimentos como bares e restaurantes, nada se

faz a respeito da proibição da venda desses produtos para adolescentes e até crianças, em supermercados em geral e similares. Esses estabelecimentos vende, sem pudores, essas bebidas a menores , sempre alegando que a proibição está do "servir" o produto e não no "vender" o produto. Portanto é necessário que a legislação deixe bem clara e explícita a proibição generalizada da venda de bebidas alcoólicas para os que especifica, bem como deixe claro também o danoso efeito que o seu uso traz à saúde, fazendo a advertência na forma proposta – por meio de avisos de advertência em letras ressaltadas, nos rótulos dos produtos.

É intenção deste Parlamentar regulamentar a venda e o consumo de bebidas alcoólicas, se não para dirimir de vez o grave problema social e familiar que drogas desse tipo trazem, pelo menos para que com essa medida a incidência de consumo de bebidas alcoólicas caia significativamente entre os jovens.

Sala das Sessões em, de 2003.

30/04/03

DEPUTADO JULIO LOPES
PP / RJ

EMENDA Nº
01 / 95

CLASSIFICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº
4.846 / 94

[ ] SUPRESSIVA [ ] SUBSTITUTIVA [ ] ADITIVA DE
[ ] AGLUTINATIVA [ ] MODIFICATIVA

COMISSÃO DE Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática

AUTOR	PARTIDO	UF	PÁGINA
DEPUTADO José Santana de Vasconcellos	PFL	MG	1 / 1

TEXTO/JUSTIFICAÇÃO

Substitua-se a redação do artigo 3° do PL 4.846/94 pela seguinte:

"Artigo 3°. É vedado o consumo de bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais, assim como sua venda pelos estabelecimentos comerciais de qualquer natureza situados às suas margens, quando para consumo imediato.

JUSTIFICATIVA

O objetivo do dispositivo que ora pretendemos emendar é absolutamente correto, pois o consumo de bebidas alcoólicas por motoristas traz riscos à saúde de todos.

Entretanto, é preciso aperfeiçoar a redação do dispositivo para não proibir a venda de bebidas em supermercados e armazéns localizados nas estradas, pois nesses locais o consumidor não bebe, apenas compra o produto para consumir em casa.

O motorista que para no bar ou restaurante nas estradas e consome bebidas alcoólicas pode causar acidentes, mas a dona de casa que vai ao supermercado comprar bebidas para consumo doméstico não traz risco nenhum a comunidade.

PARLAMENTAR

06 / 04 / 95

02/95

CLASSIFICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 4.846 / 94

[ ] SUPRESSIVA [ ] SUBSTITUTIVA [ ] ADITIVA DE
[ ] AGLUTINATIVA [ ] MODIFICATIVA

COMISSÃO DE Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática

AUTOR	PARTIDO	UF	PÁGINA
DEPUTADO José Santana de Vasconcellos	PFL	MG	1/1

TEXTO/JUSTIFICAÇÃO

Substitua-se a redação do §1° do artigo 1° do PL 4.846/94 pela seguinte:

"§ 1° - Os rótulos das bebidas alcoólicas deverão contar a advertência "Evite os riscos do consumo excessivo de álcool"

E, em consequência suprimam-se os §§ 2° e 3° do mesmo artigo.

JUSTIFICATIVA

A presente emenda visa a estabelcer a obrigatoriedade de uso de frase de advertência nos rótulos das bebidas.

O uso de frase nos rótulos e não na propaganda desses produtos segue a tendência de legislações adotadas em países importantes como Itália e Estados Unidos da América.

PARLAMENTAR

06/04/95
DATA

ASSINATURA

EMENDA Nº
01 | 99

USO EXCLUSIVO DA COMISSÃO

PROJETO DE LEI Nº
4.846/94

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

AUTOR: DEPUTADO	PARTIDO	UF	PÁGINA
Dr. HÉLIO	PDT	SP	1

TEXTO/JUSTIFICAÇÃO

Altera a redação do art. 2º e 4º , passando a vigorar com o seguinte texto:

" Art. 2º - É vedada a publicidade de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e ginásios de esporte, bem como a sua comercialização ". (NR)

" Art. 3º - A inobservância a qualquer das disposições desta Lei sujeitará os infratores a multa de 2.000 UFIR's ".

JUSTIFICAÇÃO

Além de não vincular a prática de esporte a nenhum tipo de propaganda cujo produto seja efetivamente prejudicial à saúde, no caso das bebidas alcoólicas, a proibição de sua venda em locais de grande aglomeração de torcedores como estádios de futebol e ginásios poliesportivos, contribuirá bastante para a não ocorrência das famosas e violentas brigas de torcidas organizadas.

15.05.94

DATA

ASSINATURA PARLAMENTAR

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 4.846/94, de autoria do nobre Deputado Francisco Silva, estabelece medidas destinadas à restrição do consumo de bebidas alcoólicas. A proposta proíbe a vinculação da publicidade desses produtos à prática desportiva, obriga a inserção de advertência sobre os prejuízos à saúde do seu consumo, permite sua publicidade em rádio e TV somente após as 22 horas, veda sua publicidade em estádios de futebol e ginásios de esporte e, por último, proíbe o consumo de bebidas alcoólicas em estabelecimentos às margens das rodovias federais.

Inicialmente, o Projeto foi distribuído às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, e de Economia, Indústria e Comércio, para análise de mérito, e de Constituição e Justiça e de Redação, para exame de admissibilidade, tendo sido despachado com poder terminativo nas Comissões, em conformidade com o inciso II do artigo 24 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Por decisão da Presidência da Casa em 15 de março de 2000, a competência para apreciar o Projeto de Lei nº 4.846/94 foi transferida ao Plenário, devendo a Comissão de Constituição e Justiça e de Redação também pronunciar-se quanto ao mérito da Proposição.

Passados quase dez anos de sua apresentação, foram apensados à proposição principal os seguintes projetos de lei:

- Projeto nº 1.602/96 (Deputado Ary Kara), que proíbe serviço ou venda de bebida alcoólica em estabelecimentos comerciais situados em terrenos contíguos às faixas de domínio do DNER e obriga comerciantes em tais situações a assumir compromisso por escrito junto ao DNER, sob pena de cancelamento da autorização para acesso às rodovias.

- Projeto nº 3.037/97 (Deputado Robson Romero), que proíbe propaganda estática de derivados do tabaco e bebidas alcoólicas em estádios, ginásios, autódromos e locais similares (modifica o art. 5º da Lei nº 9294, de 1996) e veda a utilização de trajes esportivos e veículos de competições para difundir a propaganda dos produtos de que trata a Lei nº 9.294, de 1996.

- Projeto nº 3.042/97 (Deputado Marçal Filho) que suprime o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996 (que considera bebida alcoólica aquela potável com teor alcoólico superior a 13º GL), permite a propaganda de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos e demais derivados do tabaco, bem como de bebidas alcoólicas, em rádio e TV, somente das 23 horas às 4 horas e suprime o § 2º do art. 5º da Lei nº 9.294, de 1996 (que libera as

chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos das advertências rotativas).

- Projeto nº 3.380-A/97 (Deputada Dalila Figueiredo), que acrescenta duas novas advertências rotativas ao § 2º do art. 3º da Lei nº 9.294, de 1997: a) "fumar pode matar"; b) "a nicotina vicia".

- Projeto nº 3.497/97 (Deputado Silas Brasileiro), que proíbe a venda de bebida alcoólica dentro de estádios ou ginásios desportivos e a 300 metros de onde estiverem instalados.

- Projeto nº 3.626/97 (Deputado Ricardo Izar), que substitui a expressão "as salas de aula" por "todas as dependências dos estabelecimentos de ensino" no § 1º do art. 2º da Lei 9.294, de 1996, proibindo o uso de derivados de tabaco nestas dependências.

- Projeto nº 3.852/97 (Deputado Edinho Bez), que veda o uso de cigarros, charutos e bebidas alcoólicas em estabelecimentos de ensino de 1º e 2º graus.

- Projeto nº 3.858/97 (Deputado Marquinho Chedid), que proíbe o armazenamento, a comercialização ou a oferta de bebidas alcoólicas em estabelecimentos localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio do órgão rodoviário federal.

- Projeto nº 3.869/97 (Deputado Corauci Sobrinho), que obriga a inserção da advertência "o consumo de bebida alcoólica prejudica a saúde" nos rótulos dos frascos e embalagens e a veiculação da mesma advertência nas propagandas nos meios de comunicação.

- Projeto nº 3.993/97 (Deputado Enio Bacci), que proíbe toda publicidade de bebidas alcoólicas em qualquer órgão de imprensa.

- Projeto nº 4.062/98 (Deputado Jorge Wilson), que proíbe a veiculação de propaganda de bebidas alcoólicas e derivados de tabaco, bem como do respectivo slogan, logotipo, logomarca ou padrão gráfico, em estádios e locais destinados à prática de desportos, em veículos de competição e em trajes esportivos.

- Projeto nº 4.111/98 (Deputada Maria Valadão), que permite a propaganda de bebidas alcoólicas em rádios somente entre 22 e 6

horas, veda a propaganda de bebidas alcoólicas nas televisões, cria advertências rotativas para publicidade de bebidas alcoólicas, inclusive em seus rótulos e veda a associação da publicidade de bebidas alcoólicas ao esporte, desempenho saudável de qualquer atividade, condução de veículos e maior êxito ou sexualidade das pessoas.

- Projeto nº 4.160/98 (Deputado Aldir Cabral), que obriga que os rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas nacionais ou importadas, com qualquer teor alcoólico, façam alusão ao crime que se comete com a não observância do art. 306 da Lei 9.503 (Código de Trânsito Brasileiro), que os estabelecimentos que ofereçam bebidas alcoólicas fixem impressos com a mesma advertência e que ela também conste da propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.204/98 (Deputado Dilso Sperafico), que veda a propaganda de bebidas alcoólicas no rádio e na TV e, nos demais veículos de comunicação e obriga a utilização de mensagens de advertência rotativas, inclusive nos rótulos.

- Projeto nº 4.215/98 (Deputada Lídia Quinan), que cria mensagens de advertência rotativas para a propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.258/98 (Deputado Moisés Bennesby), que obriga que embalagens de produtos fumígeros tragam a advertência: "o fumo faz mal à saúde" e que tal advertência deve também ser veiculada juntamente com qualquer tipo de publicidade.

- Projeto nº 4.333/98 (Deputado Fernando Zuppo), que proíbe a propaganda comercial de produtos fumígeros e cria advertências rotativas para embalagens de produtos fumígeros.

- Projeto nº 4.469/98 (Deputado Jorge Wilson), que cria advertência para propaganda de bebidas alcoólicas: "O Ministério da Saúde adverte: a ingestão de bebidas alcoólicas é prejudicial à saúde".

- Projeto nº 4.528/98 (Deputado Raimundo Santos), que obriga que anúncios, vídeos de propaganda e embalagens de bebidas alcoólicas contenham mensagens sobre perigos do alcoolismo.

- Projeto nº 4.538/98 (Deputado Ursicino Queiroz), que torna crime o armazenamento, a venda ou a oferta de bebidas alcoólicas em estabelecimentos localizados em terrenos contíguos às faixas de domínio público das rodovias e obriga os estabelecimentos à afixação de avisos com a proibição.

- Projeto nº 4.618/98 (Deputado Telmo Kirst), que obriga que os anúncios, "vídeo-clips" e outras formas de propagandas de bebidas alcoólicas contenham advertências sobre efeitos adversos e que as embalagens contenham informações sobre teor alcoólico e indicação dos danos que a dosagem pode causar à saúde ou sobre exames quanto à medição de instrumentos de controle de trânsito.

- Projeto nº 4.680/98 (Deputado José Pinotti), que proíbe a propaganda de derivados do tabaco em rádio e TV, define que a propaganda em outros veículos deve sujeitar-se aos princípios que estabelece e conter mensagens rotativas de advertência e veda a colocação de painéis, cartazes e outdoors com publicidade de derivados do tabaco a menos de 200 metros de estabelecimentos de ensino ou destinados à prática de desportos.

- Projeto nº 4.705/98 (Deputado Elias Murad), que limita a publicidade de bebidas alcoólicas em rádio e TV ao período entre 21 e 6 horas, cria advertência: "O Ministério da Saúde adverte: o consumo excessivo de álcool é prejudicial à saúde" para publicidade e embalagens, veda a participação em propagandas de bebidas alcoólicas de atores, modelos, figurantes ou personagens menores de 18 anos, bem como a associação a esportes olímpicos, de competição, desempenho saudável, condução de veículos, sexualidade ou maior êxito e proíbe a publicidade de bebidas com teor alcoólico inferior a 13º GL em programas livres ou destinados às crianças, bem como em seus intervalos comerciais.

- Projeto nº 4.796/98 (Deputado Vicente André Gomes), que cria mensagens de advertências rotativas para propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 251/99 (Deputado Valdemar Costa Neto), que considera bebida alcoólica aquela potável com qualquer teor alcoólico, veda o consumo de derivados de tabaco em áreas que não aquelas destinadas a esse fim, nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, obriga que a propaganda desses produtos contenha advertência rotativa segundo estabelecido pelo

Ministério da Saúde e proíbe a venda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas para menores de 18 anos em qualquer estabelecimento.

- Projeto nº 633/99 (Deputado Bispo Rodrigues), que veda a chamada e caracterização de patrocínio de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em eventos desportivos pelo rádio e TV, bem como a propaganda estática em estádios, autódromos e locais para eventos desportivos e veda o uso de trajes desportivos para veiculação de propagandas de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 806/99 (Deputado João Caldas), que limita a publicidade de derivados do tabaco e produtos fumígeros e bebidas alcoólicas às publicações especializadas e das 22 às 6 horas no rádio e TV.

- Projeto nº 931/99 (Deputado Luiz Ribeiro), que cria mensagem de advertência para rótulos de bebidas alcoólicas, bem como na publicidade em qualquer meio de comunicação.

- Projeto nº 963/99 (Deputado Ronaldo Vasconcellos), que veda o uso de produtos fumígeros em aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo após 1 hora de viagem, e quando houver parte reservada aos fumantes, bem como em quaisquer dependências de estabelecimentos de ensino, exceto superior.

- Projeto nº 964/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que veda a oferta e a ingestão de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

- Projeto nº 1.004/99 (Deputado Glycon Terra Pinto), que veda o fumo em aeroportos e a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas em aeronaves e veículos de transporte coletivo.

- Projeto nº 1.056/99 (Deputado Bispo Rodrigues), que obriga que as embalagens de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas contenham relação de todas as doenças causadas por tais produtos.

- Projeto nº 1.100/99 (Deputado Ursicino Queiroz), que dobra a pena para quem servir bebidas alcoólicas a pessoas em estado de embriaguez, se o agente é proprietário de bares, restaurante ou similares e sabe tratar-se de pessoa que esteja conduzindo veículo automotor.

- Projeto nº 1.151/99 (Deputado Feu Rosa), que acrescenta dispositivo ao Código Penal tornando crime armazenar, vender ou ofertar bebida alcoólica em posto de abastecimento de combustíveis ou estabelecimentos a ele conjugados.

- Projeto nº 1.160/99 (Deputado Bispo Rodrigues), que proíbe comercializar, fornecer ou servir bebida com qualquer teor alcoólico às margens das rodovias.

- Projeto nº 1.175/99 (Deputado Pastor Jorge), que proíbe o fumo nos locais públicos que menciona.

- Projeto nº 1.277/99 (Deputado Freire Júnior), que considera bebida alcoólica aquela potável com qualquer teor alcoólico.

- Projeto nº 1.346/99 (Deputado Paulo Marinho), que modifica a Lei nº 9.294, de 1996 para somente permitir propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas na imprensa escrita, excetuados os periódicos que se destinam, ainda que parcialmente ao público infantil ou juvenil e em painéis, cartazes e outdoors e cria mensagens rotativas para propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 1.382/99 (Deputado Glycon Terra Pinto), que proíbe a participação de atleta que tenha feito propaganda de bebida alcoólica em competições oficiais.

- Projeto nº 1.408/99 (Deputado Glycon Terra Pinto), que restringe a propaganda de bebidas alcoólicas em rádio e TV ao período de 21 às 6 horas e cria mensagens rotativas de advertência na publicidade e nos rótulos de embalagens de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 1.490/99 (Deputado Neuton Lima), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas em postos de gasolina situados em áreas urbanas ou nas rodovias, lojas de conveniência e restaurantes em margens de rodovias.

- Projeto nº 1.512/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que proíbe que programas veiculados em TV no horário das 6 às 21 horas apresentem atores, jornalistas ou entrevistados consumindo bebida alcoólica ou descrevendo o produto, sua embalagem ou sua caracterização.

- Projeto nº 1.599/99 (Deputado Lincoln Portela), que proíbe propagandas de produtos fumígeros em rádio e TV.

- Projeto nº 1.706/99 (Deputado Lincoln Portela), que permite a propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico em rádios e TVs (inclusive por assinatura) somente entre 22 e 6 horas.

- Projeto nº 1.761/99 (Deputado Ronaldo Vasconcellos), que define a área em recinto coletivo destinado ao uso de produtos fumígeros como aquela devidamente isolada, da qual não saiam odores e fumaças para outros recintos.

- Projeto nº 1.893/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que modifica o Estatuto da Criança e do Adolescente para vedar exibição de chamadas ou inserções publicitárias de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos, terapias, armas, munições e fogos de artifícios durante os programas destinados ao público infanto-juvenil.

- Projeto nº 1.923/99 (Deputado Benedito Dias), que proíbe o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves.

- Projeto nº 1.955/99 (Deputado Ricardo Noronha), que cria mensagens de advertência rotativas na publicidades e rótulos de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 1.982/99 (Deputado Roberto Pessoa), que proíbe a liberação de recursos da União, dos Estados, do DF e dos Municípios para eventos culturais patrocinados ou co-patrocinados por indústrias tabagistas.

- Projeto nº 2.017/99 (Deputado Confúcio Moura), que cria mensagens de advertências rotativas na publicidade de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 2.090/99 (Deputado Luiz Bittencourt), que modifica o Estatuto da Criança e do Adolescente para proibir a exibição de anúncios publicitários de produtos inadequados a crianças e adolescentes.

- Projeto nº 2.130/99 (Deputado Darcísio Perondi), que permite propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em rádio e TV somente das 22 às 6 horas e obriga o uso de mensagens de advertência em embalagens e propaganda de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 2.185/99 (Deputado Alberto Fraga), que obriga o uso de mensagens de advertência em embalagens e propaganda de bebidas com qualquer teor alcoólico, veda a publicidade em veículos impressos voltados para o público infanto-juvenil, limita a propaganda de bebida alcoólica em rádio e TV ao horário de 20 às 6 horas, estende essas restrições às bebidas energéticas ou estimulantes não alcoólicos e obriga o Poder Público a realizar campanhas de esclarecimento sobre os riscos do álcool.

- Projeto nº 2.334/00 (Deputado Lincoln Portela), que veda a venda de bebidas alcoólicas dentro de estádios de futebol e a 500 metros de onde estiverem instalados.

- Projeto nº 2.365/00 (Deputado Augusto Franco), que permite publicidade de produtos fumígeros somente das 21 às 6 horas, estende advertência rotativa a bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, obriga o uso de fotogramas impressos em embalagens de produtos fumígeros para demonstrar visualmente os malefícios do fumo e, para impedir propaganda enganosa, a ANVISA poderá exigir apresentação prévia de cópia das peças publicitárias, conforme regulamento.

- Projeto nº 2.389/00 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe venda ou doação de bebida alcoólica a menores de 18, obriga que menores de 18 anos encontrados com bebidas alcoólicas ou em estado de embriaguez sejam encaminhados ao órgão de proteção ao menor, considera bebida alcoólica a bebida com qualquer teor alcoólico e obriga que embalagens e rótulos contenham inscrição de proibição de venda a menores de 18 anos.

- Projeto nº 2.417/00 (Deputado Lincoln Portela), que obriga inserção de advertência sobre malefícios à saúde em todos os rótulos de bebidas alcoólicas e estabelece que a publicidade de bebidas alcoólicas só será permitida se acompanhada de advertência quanto aos malefícios à saúde.

- Projeto nº 2.468/00 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe fumo em aeronaves comerciais brasileiras e obriga que tal proibição conste no bilhete de passagem.

- Projeto nº 2.613/00 (Deputado Freire Júnior), que proíbe a venda de cigarros e derivados do tabaco a menores de 18 anos.

- Projeto nº 2.786/00 (Deputado Wagner Salustiano), que proíbe o consumo de bebida alcoólica nas aeronaves.

- Projeto nº 2.833/00 (Deputado Edinho Araújo), que suprime o parágrafo único do artigo 1º da Lei 9.294, de 1996 (que considera bebida alcoólica aquela potável com teor alcoólico superior a 13º GL).

- Projeto nº 2.908/00 (Deputado Ricardo Ferraço), que proíbe propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em qualquer meio de comunicação.

- Projeto nº 2.919/00 (Deputado Eduardo Jorge), que veda o uso de produtos fumígeros em recinto coletivo público, somente permitindo seu uso em recintos coletivos privados com isolamento físico que impeça passagem de fumaça e permite a propaganda de produtos fumígeros em rádio e TV somente das 23 às 6 horas.

- Projeto nº 3.000/00 (Deputado Ricardo Ferraço), que proíbe a venda, exposição e entrega a consumo de bebida com qualquer teor alcoólico nas margens de rodovias federais.

- Projeto nº 3.067/00 (Deputado Márcio Bittar), que obriga a inserção da mensagem "Se beber, não dirija" em rótulos de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 3.089/00 (Deputado Paulo Delgado), que proíbe a propaganda de derivados do tabaco, bebidas alcoólicas e medicamentos.

- Projeto nº 3.114/00 (Deputado Paulo Octávio), que proíbe vender, fornecer ou servir bebidas alcoólicas em estabelecimentos situados às margens das rodovias federais.

- Projeto nº 3.152/00 (Deputada Tetê Bezerra), que proíbe o patrocínio a clubes ou atletas por empresas fabricantes de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 3.262/00 (Deputado Alberto Fraga), que proíbe a venda, a comercialização, o porte e a ingestão de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol em dias de jogo, bem como em suas imediações.

- Projeto nº 3.354/00 (Deputado Edinho Araújo), que proíbe servir bebidas alcoólicas aos passageiros em vôos e permite que funcionários de empresas aéreas impeçam o ingresso na aeronave de pessoa alcoolizada ou portando bebida alcoólica.

- Projeto nº 3.423/00 (Deputado De Velasco), que veda a veiculação de programação, fotografias ou desenhos contendo imagens de pessoas fumando ou portando cigarros acesos, com exceção daqueles que mostrem os malefícios do tabagismo.

- Projeto nº 3.451/00 (Deputado Bispo Rodrigues), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas em postos de combustíveis, bem como em estabelecimentos anexos.

- Projeto nº 3.463/00 (Deputado Odelmo Leão e outros), que permite propaganda de bebida alcoólica somente em anúncios e cartazes dentro de estabelecimentos legalmente autorizados e credenciados para comercialização, sendo que também deverão afixar advertências sobre malefícios e riscos.

- Projeto nº 3.583/00 (Deputado Paulo José Gouvêa), que veda a divulgação da prática do tabagismo e do consumo de bebidas alcoólicas nas televisões e limita a apresentação de programação com pessoas fumando ou bebendo bebidas alcoólicas ao período entre 23 e 5 horas.

- Projeto nº 3.619/00 (Deputado Lincoln Portela), que limita a propaganda de bebidas alcoólicas a pôsteres, painéis e cartazes internos, estabelece que as embalagens deverão conter advertência sobre malefícios, proíbe a propaganda, a venda e a distribuição de amostra grátis e brindes de bebidas alcoólicas pelo correio e proíbe o patrocínio de atividades culturais e esportivas por parte de marcas ou fabricantes de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.046/01 (Deputado Airton Cascavel), que proíbe compra e venda de bebida alcoólica às margens de rodovia federal.

- Projeto nº 4.062/01(Deputado Ronaldo Vasconcellos), que veda a comercialização e o uso de bebidas alcoólicas em estádios de futebol, ginásios e praças de esportes, bem como no raio de 500 metros de sua localização, por ocasião dos eventos esportivos, e proíbe a entrada de pessoas portando recipiente com bebida alcoólica.

- Projeto nº 4.273/01 (Deputado Jair Bolsonaro), que proíbe o consumo de bebida alcoólica em aeronaves.

- Projeto nº 4.424/01 (Deputado Dr. Hélio), que proíbe o uso das expressões "light", "suave" ou similares em embalagens de produtos fumígeros.

- Projeto nº 4.461/01 (Deputado Luiz Bittencourt), que obriga o uso das mensagens "Proibida a venda a menores de 18 anos" e "O uso imoderado desta substância causa diversos males à sua saúde" em embalagens de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.532/01 (Deputado Raimundo Santos), que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em dependências vinculadas a postos de combustível.

- Projeto nº 4.745/01 (Deputado Jorge Pinheiro), que proíbe a venda de bebida alcoólica de qualquer teor alcoólico em postos de combustíveis e estabelecimentos a eles vinculados.

- Projeto nº 4.791/01 (Deputado Norberto Teixeira), que obriga a inserção de advertência sobre os danos causados pelo álcool em rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas.

- Projeto nº 4.839/01 (Deputado Henrique Fontana, que obriga que metade da superfície dos maços de produtos fumígeros seja destinada à veiculação da mensagem de advertência quanto aos males.

- Projeto de Lei nº 4.955/01 (Deputado Lincoln Portela), que proíbe a veiculação de imagens de pessoas consumindo bebidas alcoólicas na televisão.

- Projeto de Lei nº 5.121/01 (Deputado Lincoln Portela), que veda a exibição de pessoas fazendo uso de derivados do tabaco nos programas de televisão, filmes ou assemelhados, produzidos no País e proíbe as chamadas e caracterizações de patrocínio desses produtos nas emissoras de rádio e televisão, inclusive para eventos alheios à programação rotineira.

- Projeto de Lei nº 5.140/01 (Deputado Airton Roveda), que estabelece que a propaganda de bebidas alcoólicas só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda e

veda a comercialização de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas que não ostentem identificação da ANVISA.

- Projeto de Lei nº 5.464/01 (Deputado Ronaldo Vasconcellos), que veda a veiculação pelas emissoras de televisão aberta ou por assinatura de programas contendo imagens de pessoas fumando fora do horário de vinte e duas às seis horas.

- Projeto de Lei nº 5.528/01 (Deputado Ivan Paixão), que obriga que as mensagens de advertência colocadas nas embalagens de produtos fumígeros devam ocupar pelo menos trinta por cento da frente e quarenta por cento da parte posterior do maço carteira ou pacote.

- Projeto de Lei nº 5.561/01 (Deputado Magno Malta), que limita a propaganda de bebidas alcoólicas a pôsteres, painéis e cartazes internos, proíbe associar o produto ao esporte olímpico ou de competição e a imagens de maior êxito e sexualidade das pessoas e estabelece que as embalagens e rótulos deverão conter advertência sobre malefícios.

- Projeto de Lei nº 5.708/01 (Deputado Dr. Heleno), que que limita a propaganda de bebidas alcoólicas a pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda, proíbe 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 e sexualidade das pessoas e estabelece que as embalagens e rótulos deverão conter advertências quanto à proibição de venda a menores de dezoito anos e sobre os males causados pelo seu consumo excessivo.

- Projeto de Lei nº 5.792/01 (Deputado Ivan Paixão), que obriga a inserção da mensagem "Nunca dirija após ingerir bebida alcoólica" nos rótulos de bebidas alcoólicas.

- Projeto de Lei nº 5.834/01 (Deputado Eni Voltolini), que veda a propaganda de bebidas alcoólicas fermentadas nas emissoras de televisão fora do horário compreendido entre vinte e uma e seis horas (suprime o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996 que considera bebida alcoólica aquela potável com teor alcoólico superior a 13º GL).

- Projeto de Lei nº 5.973/01 (Deputado Carlos Nader), que proíbe a venda ou doação de bebida alcoólica a menores de dezoito anos,

obriga que a embalagem e o rótulo desse produto contenha a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos e classifica como bebida alcoólica aquela com qualquer teor alcoólico.

- Projeto de Lei nº 6.017/01 (Deputado Ivan Paixão), que proíbe as companhia aéreas de servirem bebidas alcoólicas destiladas em seus vôos domésticos.

- Projeto de Lei nº 6.218/02 (Deputado Bispo Rodrigues), que obriga a exposição de advertência "Beber provoca câncer de fígado, derrame cerebral e causa dependência" nos locais que comercializam bebidas alcoólicas de qualquer gênero"

- Projeto de Lei nº 6.343/02 (Deputado Luiz Bittencourt), que inclui as advertências "fumar pode matar" e "fumar prejudica a sua saúde e a de pessoas próximas" no rol das advertências da Lei nº 9.294, de 1997 e obriga que as mensagens de advertência colocadas nas embalagens de produtos fumígeros devam ocupar pelo menos trinta por cento da frente e quarenta por cento da parte posterior do maço carteira ou pacote.

- Projeto de Lei nº 6.622/02 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos comerciais situados nas áreas contíguas às faixas de domínio das rodovias federais.

- Projeto de Lei nº 6.729/02 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de vinte e um anos.

- Projeto de Lei nº 6.971/02 (Deputado José Carlos Coutinho), que proíbe a venda de cigarros e outros produtos contendo nicotina a menores de dezoito anos, restringe a venda desses produtos aos estabelecimentos licenciados pela ANVISA, proíbe a venda de produtos fumígeros nas dependências e nas proximidades de escolas e a afixação de cartazes, *outdoors*, letreiros e outras formas de propaganda fixa nas imediações desses estabelecimentos.

- Projeto de Lei nº 7.332/02 (Deputado Cabo Júlio), que veda o uso de bebidas alcoólicas nas aeronaves e demais veículos de transporte

coletivo e restringe a propaganda desses produtos a pôsteres e cartazes na parte interna dos locais de venda.

- Projeto de Lei nº 200/03 (Deputada Ângela Guadagnin), que considera bebidas alcoólicas as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico.

- Projeto de Lei nº 204/03 (Deputado Wagner Rubinelli), que obriga que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenham advertências sobre os males e danos causados pelo álcool.

- Projeto de Lei nº 212/03 (Deputado Feu Rosa), que proíbe a venda de bebidas alcoólicas destiladas em quiosques de praia, em feiras livres e por ambulantes em logradouros e locais públicos.

- Projeto de Lei nº 327/03 (Deputado Pastor Reinaldo), que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em estádios de futebol e ginásios esportivos.

- Projeto de Lei nº 330/03 (Deputado Pastor Pedro Ribeiro), que obriga a inserção de advertência, com as características que especifica, nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, proíbe o patrocínio desses produtos a atividade cultural ou esportiva, sua propaganda em estádio, pista, palco ou local similar e à margem das rodovias, a distribuição de amostra ou brinde e sua comercialização para menores de dezesseis anos, e em escolas e hospitais e considera bebida alcoólica as bebidas potáveis com teor alcoólico acima de 4º GL.

- Projeto de Lei nº 412/03 (Deputado Jorge Boeira), que obriga que os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas contenham mensagens sobre alcoolismo e outras doenças físicas e psíquicas decorrentes do uso abusivo de bebidas alcoólicas, de acordo com as normas regulamentadoras.

- Projeto de Lei nº 445/03 (Deputado Luiz Bittencourt), que estabelece que os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas devam conter advertências quanto aos danos causados à mente humana e que a propaganda desses produtos deva conter advertência quanto a seus malefícios.

- Projeto de Lei nº 504/03 (Deputado Bismarck Viana), que estabelece que os rótulos das embalagens e garrafas de bebidas alcoólicas devam conter a seguinte advertência: " O consumo de álcool pode provocar dependência física ou psíquica".

- Projeto de Lei nº 556/03 (Deputado João Hermann Neto), que proíbe a compra e a venda de bebida alcoólica em estabelecimentos situados às margens de rodovias federais, impondo multa ao infrator e a suspensão da carteira de habilitação de quem eventualmente seja titular.

- Projeto de Lei nº 871/03 (Deputado Julio Lopes), que define como bebida alcoólica a bebida com graduação alcoólica acima de meio e até cinqüenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, estabelece que os rótulos e embalagens desses produtos deverão conter duas advertências: "É proibida a venda e o consumo de bebida alcoólica a menores de dezoito anos" e "A bebida alcoólica causa dependência química" e veda a venda de bebidas alcoólica para menores de dezoito anos por quaisquer estabelecimentos, inclusive supermercados, lojas de conveniência, restaurantes, bares, boates, lanchonetes ou similares.

O projeto principal recebeu, no primeiro prazo aberto para recebimento de emendas na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, duas emendas de autoria do Deputado José Santana de Vasconcellos. A emenda 01/95 tem como objetivo permitir a venda de bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais, quando não forem destinadas ao consumo imediato, e a Emenda 02/95 o intuito de obrigar o uso de advertência sobre riscos do consumo excessivo somente nos rótulos das bebidas alcoólicas, liberando a publicidade de tal advertência. Em 199, foi aberto novo prazo para emendas, ocasião na qual foi apresentada a Emenda nº 01/99, de autoria do Deputado Dr. Hélio, que visa alterar a redação do art. 2º e 3º do projeto principal, estabelecendo, respectivamente, a proibição da comercialização de bebidas alcoólicas nos estádios de futebol e nos ginásios de esporte e modificando a multa de 2000 Reais para 2000 UFIR.

À Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática compete, no momento, posicionar-se sobre o mérito de todas as proposições, em conformidade com o temário constante no inciso II, do artigo 32 do Regimento Interno.

II - VOTO DO RELATOR

Restrições ao uso, à comercialização e à propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas foram introduzidas em nossa legislação com a aprovação da Lei nº 9.294, de 1996, que regula o § 4º do art. 220 da Constituição Federal que também trata de medicamentos e terapias e de agrotóxicos.

Ao final de 2000, referida legislação foi alterada pela Lei nº 10.167, que introduziu mudanças significativas no que se refere aos produtos derivados do tabaco, cuja propaganda nas emissoras de televisão passou a estar proibida, bem como seu uso em aeronaves e veículos de transporte público. A publicidade desses produtos sofreu ainda restrições mais severas, passando a ser autorizada somente na parte interna dos locais de venda, sendo proibidos a propaganda por meio eletrônico, inclusive Internet, o *merchandizing* em programas de rádio e televisão produzidos no País, o patrocínio de atividade cultural ou esportiva e a propaganda fixa ou móvel em estádios, pista, palco ou local similar. No caso de eventos esportivos e culturais internacionais, essas vedações somente entraram em vigência em 1º de janeiro de 2003, prazo esse que, para os eventos esportivos, foi estendido até 1º de julho de 2005 pela Medida Provisória nº 118, de 3 de abril de 2003. Quanto à comercialização, estão proibidas a venda de produtos fumígeros em estabelecimentos de ensino e saúde, a distribuição de amostras grátis e a venda via postal.

A Medida Provisória nº 2190-34, de 23 de agosto de 2001, também modificou a redação da Lei nº 9.294, obrigando que as embalagens de produtos de fumo passassem a conter imagens e figuras que ilustrem o sentido das mensagens de advertência quanto a seus malefícios à saúde.

No caso das bebidas alcoólicas, vige, até o momento, a redação original aprovada em 1996, exceto quanto à obrigatoriedade da propaganda desses produtos nos meios de comunicação conter advertência quanto aos efeitos adversos de seu consumo excessivo, determinação que foi introduzida pela supracitada Medida Provisória. As outras restrições impostas pela Lei nº 9.294 dizem respeito ao horário de veiculação de publicidade de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão que foi limitado ao período de 21 às 6 horas. O mesmo dispositivo, art. 4º da referida lei, também estabelece

que a publicidade 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. Cumpre ressaltar, ainda, que, de acordo com o disposto no parágrafo único do art. 1º da referida norma legal, essas restrições somente se aplicam às bebidas alcoólicas com teor alcoólico maior do que treze graus Gay Lussac.

O Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, inova ao pretender impor mais uma modificação na legislação vigente, de forma a vedar a comercialização de bebidas alcoólicas nos estabelecimentos instalados às margens das rodovias federais. Pretendem regular a matéria, nessa mesma direção, os Projetos de Lei nº 1.602, de 1996, nº 3.858, de 1997, nº 4.538, de 1998, nº 1.160, de 1999, nº 1.490, de 1999, nº 3.000, de 2000, nº 3.114, de 2000, nº 4.046, de 2001, nº 6.622, de 2002, nº 330, de 2003 e nº 556, de 2003.

O consumo de bebidas alcoólicas por motoristas que trafegam pelas rodovias federais é considerada uma das maiores causas de acidentes. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, sessenta por cento dos acidentes de trânsito são provocados por motoristas alcoolizados. Embora inclua todos os acidentes ocorridos em áreas urbanas e nas estradas, esse número é um indicador que aponta para a necessidade de se tomarem providências mais enérgicas para, pelo menos, diminuir as dimensões desse problema.

Restringir a comercialização e a propaganda de bebidas alcoólicas nas estradas federais é, a nosso ver, medida que contribuirá para minorar o número e a gravidade dos acidentes, uma vez que aqueles que ocorrem nas rodovias são, na maioria das vezes, de maior gravidade, pois envolvem veículos de carga que, normalmente, não trafegam pelo interior das cidades. A grande imprensa denuncia, com freqüência, o uso indiscriminado de bebidas alcoólicas por motoristas de caminhão que, muitas vezes, associam sua ingestão ao uso de medicamentos estimulantes que potencializam os efeitos do álcool. Essa prática pode explicar porque, em média, metade dos acidentes nas estradas envolve direta ou indiretamente esses veículos.

Alguns diriam que o Código Brasileiro de Trânsito já pune severamente os motoristas flagrados dirigindo alcoolizados. No entanto, são poucos os caso de aplicação de penalidades por esse delito, uma vez que não é possível fiscalizar cem por cento dos carros que trafegam pelas estradas federais

para verificar se os motoristas ingeriram bebidas alcoólicas acima do limite especificado na legislação. Mesmo a fiscalização por amostra enfrenta dificuldades na detecção da quantidade de álcool presente no sangue do indivíduo.

Por esses motivos, consideramos necessário atuar também restringindo o estímulo ao consumo e à oferta desses produtos. São, portanto, relevantes e oportunas as propostas que objetivam restringir a propaganda e proibir a comercialização de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados às margens das rodovias federais. Alguns estados já possuem legislação que proíbe a venda de bebidas alcoólicas às margens das rodovias estaduais. No Estado de Goiás, projeto de lei de autoria desse relator foi transformado na Lei nº 11.665, de 19 de fevereiro de 1992, e no Estado de São Paulo, encontra-se em vigência, desde 1996, a Lei nº 9.468, de 27 de dezembro daquele ano. A eficácia dessas legislações e de outras leis estaduais com o mesmo objetivo depende drasticamente da aprovação de restrições semelhantes para as rodovias federais, porquanto essas estradas atravessam todos os estados brasileiros e cruzam-se com as estradas estaduais, o que facilita o acesso do motoristas a estabelecimentos que não estão sujeitos à proibição de venda. Nosso País gasta anualmente vultosos recursos para lidar com os problemas ocasionados pelos acidentes nas estradas, cujo número e a gravidade poderiam ser diminuídos com a correspondente redução do uso de bebidas alcoólicas pelos motoristas.

Medida semelhante no tocante à venda desses produtos em estádios de futebol e em ginásios esportivos também deve ser tomada, pois são alarmantes os dados que estabelecem estreita correlação entre a ingestão de bebidas alcoólicas nesses locais e o envolvimento de seus usuários em episódios de violência. O Estado de São Paulo, também nesse caso, já possui, desde 1996, legislação que veda a venda de bebidas alcoólicas nos citados locais. Pretendem impor a citada vedação, os autores dos Projetos de Lei nº 3.497, de 1997, nº 2.334, de 2000, nº 3.262, de 2000, nº 4.062, de 2001 e nº 327, de 2003 e da Emenda nº 01/99, apresentada ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994.

Outra modificação na legislação atual que julgamos relevante acatar refere-se à obrigatoriedade da inserção de advertência quanto aos possíveis malefícios à saúde do consumo excessivo de bebidas alcoólicas nos rótulos das embalagens. O bom resultado da mesma medida tomada com

relação aos derivados de tabaco sugere que se estenda essa obrigatoriedade às bebidas alcoólicas. Ademais, os fabricantes já estão obrigados a inserir a advertência "Evite o consumo excessivo de álcool" e, portanto, sua substituição por outras mensagens mais específicas sobre os possíveis danos à saúde do excessivo consumo de bebidas alcoólicas é medida de fácil implementação na prática. Sugerem essa alteração na Lei nº 9.294, de 1996, os Projetos de Lei nº 3.869, de 1997, nº 4.111, de 1998, nº 4.160, de 1998, nº 4.204, de 1998, nº 4.528, de 1998, nº 4.618, de 1998, nº 4.705, de 1998, nº 931, de 1999, nº 1.056, de 1999, 1.408, de 1999, nº 1.955, de 1999, nº 2.130, de 1999, nº 2.185, de 1999, nº 2.365, de 2000, nº 2.417, de 2000, nº 3.619, de 2000, 4.461, de 2001, nº 4.791, de 2001, nº 5.561, de 2001, nº 5.708, de 2001, nº 5.792, de 2001, nº 6.218, de 2002, nº 204, de 2003, nº 330, de 2003, nº 412, de 2003, nº 445, de 2003, nº 504, de 2003 e nº 871, de 2003.

Assim sendo, optamos por apresentar um Substitutivo, cujas idéias centrais são a proibição da propaganda e da venda de bebidas alcoólicas ao longo das estradas federais, a vedação da venda desses produtos nos estádios de futebol e ginásios esportivos e a inserção obrigatória de mensagens de advertência nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, bem como nos cartazes e pôsteres afixados nos locais de venda. A redação proposta procurou agregar as diversas idéias de nossos nobres colegas que apresentaram projetos de lei regulando esses assuntos. No caso das mensagens de advertência, optamos por não transcrever no Substitutivo as diversas sugestões feitas pelos Deputados, pois entendemos que o Ministério da Saúde tem melhores condições de escolher as frases mais adequadas para atingir o objetivo de desestimular o consumo indiscriminado de bebidas alcoólicas.

Quanto aos outros projetos de lei sob apreciação, dividimo-los em três categorias. A primeira diz respeito àquelas proposições que foram apresentadas antes da aprovação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 e de suas posteriores versões introduzidas pela Lei nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000, e pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001, e que pretendem regular matéria já tratada por essas legislações ou por outras leis vigentes, como, por exemplo, a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que instituiu o Estatuto da Criança e do Adolescente, que já proíbe a venda de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas a menores de dezoito anos e o Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, a chamada Lei das Contravenções Penais, que também proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de dezoito anos. Tais

proposições, de acordo com o disposto no inciso I do art. 163 do Regimento Interno podem ser consideradas prejudicadas e, portanto, foram rejeitadas.

A segunda categoria diz respeito a propostas de alteração da Lei nº 9.294, com o objetivo de estabelecer maiores restrições ao consumo e à propaganda de produtos fumígeros, de vedar a divulgação de programação com pessoas fumando ou, simplesmente, de proibir qualquer forma de propaganda desses produtos. No primeiro caso, optamos por rejeitar as matérias quanto a seu mérito, pois consideramos que as restrições vigentes já são suficientemente severas e foram fruto de ampla negociação nesta Casa, quando da aprovação da Lei nº 10.167, de 2000.

No tocante à veiculação de imagens de pessoas fumando nas emissoras de televisão e à proibição total da propaganda desses produtos, consideramos que tais medidas ferem o disposto no art. 220 da Constituição Federal.

A terceira categoria de propostas refere-se às iniciativas que buscam ampliar as restrições à propaganda e ao uso de bebidas alcoólicas, igualando-as praticamente às impostas aos produtos derivados do tabaco. Mais uma vez, não concordamos com o mérito das proposições, pois, embora reconheçamos que o consumo excessivo de bebidas alcoólicas pode trazer danos à saúde, provocar dependência e aumentar o número e a gravidade dos acidentes de trânsito e a violência nos estádios de futebol, não acreditamos que seus malefícios à saúde possam ser comparados com os efeitos do uso prolongado de produtos fumígeros e, portanto, não consideramos necessário estabelecer outras restrições além daquelas constantes da legislação atual acrescidas das proibições introduzidas pelo nosso Substitutivo .

Quanto ás emendas apresentadas ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, não concordamos com seu objetivo. Ao pretender liberar a venda de bebidas nas rodovias desde que para consumo posterior, a Emenda nº 01/95, dificulta a fiscalização dos estabelecimentos comerciais e introduz uma forma dos comerciantes e motoristas burlarem a proibição que se deseja introduzir. Já a aprovação da Emenda nº 02/95 seria, a nosso ver, um retrocesso, na medida em que a propaganda de bebidas alcoólicas sem a devida advertência quanto a seus malefícios estimularia o consumo indiscriminado desses produtos.

Concluindo, o nosso voto é pela aprovação dos Projetos de Lei nº 4.846, de 1994, nº 1.602, de 1996, nº 3.497, de 1997, nº 3.858, de 1997, nº 3.869, de 1997, nº 4.111, de 1998, nº 4.160, de 1998, nº 4.204, de 1998, nº 4.528, de 1998, nº 4.538, de 1998, nº 4.618, de 1998, nº 4.705, de 1998, nº 931, de 1999, nº 1.056, de 1999, nº 1.160, de 1999, nº 1.408, de 1999, nº 1.490, de 1999, nº 1.955, de 1999, nº 2.130, de 1999, nº 2.185, de 1999, nº 2.334, de 2000, nº 2.365, de 2000, nº 2.417, de 2000, nº 3.000, de 2000, nº 3.114, de 2000, nº 3.262, de 2000, nº 3.619, de 2000, nº 4.046, de 2001, nº 4.062, de 2001, nº 4.461, de 2001, nº 4.791, de 2001, nº 5.561, de 2001, nº 5.708, de 2001, nº 5.792, de 2001, nº 6.218, de 2002, nº 6.622, de 2002, nº 204, de 2003, nº 327, de 2003, nº 330, de 2003, nº 412, de 2003, nº 445, de 2003, nº 504, de 2003, nº 556, de 2003, e nº 871, de 2003, e da Emenda nº 01/99, apresentada ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, na forma do Substitutivo que ora apresentamos, e pela rejeição dos Projetos de Lei nº 3.037, de 1997, nº 3.042, de 1997, nº 3.380, de 1997, nº 3.626, de 1997, nº 3.852, de 1997, nº 3.993, de 1997, nº 4.062, de 1998, nº 4.215, de 1998, nº 4.258, de 1998, nº 4.333, de 1998, nº 4.469, de 1998, nº 4.680, de 1998, nº 4.796, de 1998, nº 251, de 1999, nº 633, de 1999, nº 806, de 1999, nº 963, de 1999, nº 964, de 1999, nº 1.004, de 1999, nº 1.100, de 1999, nº 1.151, de 1999, nº 1.175, de 1999, nº 1.277, de 1999, nº 1.346, de 1999, nº 1.382, de 1999, nº 1.512, de 1999, nº 1.599, de 1999, nº 1.706, de 1999, nº 1.761, de 1999, nº 1.893, de 1999, nº 1.923, de 1999, nº 1.982, de 1999, nº 2.017, de 1999, nº 2.090, de 1999, nº 2.389, de 2000, nº 2.468, de 2000, nº 2.613, de 2000, nº 2.786, de 2000, nº 2.833, de 2000, nº 2.908, de 2000, nº 2.919, de 2000, nº 3.067, de 2000, nº 3.089, de 2000, nº 3.152, de 2000, nº 3.354, de 2000, nº 3.423, de 2000, nº 3.451, de 2000, nº 3.463, de 2000, nº 3.583, de 2000, nº 4.273, de 2001, nº 4.424, de 2001, nº 4.532, de 2001, nº 4.745, de 2001, nº 4.839, de 2001, nº 4.955, de 2001, nº 5.121, de 2001, nº 5.140, de 2001, nº 5.464, de 2001, nº 5.528, de 2001, nº 5.834, de 2001, nº 5.973, de 2001, nº 6.017, de 2001, nº 6.343, de 2002, nº 6.729, de 2002, nº 6.971, de 2002, nº 7.332, de 2002, nº 200, de 2003, nº 212, de 2003, e das emendas nº 1, de 1995 e nº 2, de 1995, apresentadas ao Projeto de Lei nº 4.846, de 1994.

Sala da Comissão, em 20 de maio de 2003.

Deputado Sandes Júnior
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994

(Apensados Projetos de Lei nº 1.602/96, 3.037/97, 3.042/97, 3.380/97, 3.4
3.626/97, 3.852/97, 3.858/97, 3.869/97, 3.993/97, 4.062/98, 4.111/98, 4.1
4.204/98, 4.215/98, 4.258/98, 4.333/98, 4.469/98, 4.528/98, 4.538/98, 4.6
4.680/98, 4.705/98, 4.796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 9
1.004/99, 1.056/99, 1.100/99, 1.151/99, 1.160/99, 1.175/99, 1.277/99, 1.3
1.382/99, 1.408/99, 1.490/99, 1.512/99, 1.599/99, 1.706/99, 1.761/99, 1.8
1.923/99, 1.955/99, 1.982/99, 2.017/99, 2.090/99, 2.130/99, 2.185/99, 2.3
2.365/00, 2.389/00, 2.417/00, 2.468/00, 2.613/00, 2.786/00, 2.833/00, 2.9
2.919/00, 3.000/00, 3.067/00, 3.089/00, 3.114/00, 3.152/00, 3.262/00, 3.3
3.423/00, 3.451/00, 3.463/00, 3.583/00, 3.619/00, 4.046/01, 4.062/01, 4.2
4.424/01, 4.461/01, 4.532/01, 4.745/01, 4.791/01, 4.839/01, 4.955/01, 5.1
5.140/01, 5.464/01. 5.528/01, 5.561/01, 5.708/01, 5.792/01, 5.834/01, 5.9
6.017/01, 6.218/02, 6.343/02, 6.622/02, 6.729/02, 6.971/02, 7.332/02, 2
204/03, 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03, 504/03, 556/03 e 871/03)

Estabelece medidas destinad
restringir o consumo de bebidas alcoólica

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei nº 9.294, d
julho de 1996, com o objetivo de impor restrições à propaganda e à ve
bebidas alcoólicas.

Art. 2º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art, 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, comercializadas no País, bem como os cartazes ou pôsteres afixados nos locais de venda, conterão advertências sobre os malefícios à saúde de seu consumo excessivo, cujos conteúdos serão definidos na regulamentação.(NR)

§ 3º As mensagens de advertência, referidas no parágrafo anterior, deverão ser escritas em letra tipo "Times New Roman", maiúsculas, de forma ostensivamente destacada, ocupando no mínimo vinte por cento dos rótulos, cartazes ou pôsteres, e usadas de forma simultânea ou rotativa, variando no mínimo a cada três meses.

§ 4º É vedada a propaganda de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em painéis ou em qualquer outro veiculo de comunicação instalado às margens das rodovias federais."

Art. 3º São acrescentados à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, artigos com a seguinte redação:

"Art. 4º-A São vedados o armazenamento, a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados nas faixas de domínio das rodovias federais.

Parágrafo único. Os estabelecimentos citados no caput deverão afixar em suas dependências avisos da referida proibição."

Art. 4º -B É vedada a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estádios de futebol e em ginásios esportivos.

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1994, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art. 9º .....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pelo descumprimento de qualquer um de seus dispositivos. (NR)

.....

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros e nos estabelecimentos comerciais localizados às margens das rodovias federais. (NR)"

Art. 5º Esta lei entra em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

Sala da Comissão, em 20 de maio de 2003

Deputado Sandes Júnior
Relator

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Em 21 de maio de 2003, apresentei a esta Comissão parecer pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.846, de 1994, e de várias proposições apensadas, na forma de um Substitutivo.

Durante as discussões da matéria havidas na oportunidade, nossos ilustres colegas membros da CCTCI sugeriram alterações no texto do Substitutivo com as quais concordamos. A primeira delas busca esclarecer que as mensagens de advertência sobre os malefícios à saúde deverão constar dos rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico. A segunda estende a obrigatoriedade de inserção dessas advertências às propagandas desses produtos veiculadas em qualquer meio de comunicação.

Dessa forma, modificamos o Substitutivo apresentado para incluir as citas sugestões.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003.

Deputado Sandes Júnior
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.846, DE 1994

(Apensados Projetos de Lei nº 1.602/96, 3.037/97, 3.042/97, 3.380/97, 3.497/97, 3.626/97, 3.852/97, 3.858/97, 3.869/97, 3.993/97, 4.062/98, 4.111/98, 4.160/98, 4.204/98, 4.215/98, 4.258/98, 4.333/98, 4.469/98, 4.528/98, 4.538/98, 4.618/98, 4.680/98, 4.705/98, 4.796/98, 251/99, 633/99, 806/99, 931/99, 963/99, 964/99, 1.004/99, 1.056/99, 1.100/99, 1.151/99, 1.160/99, 1.175/99, 1.277/99, 1.346/99, 1.382/99, 1.408/99, 1.490/99, 1.512/99, 1.599/99, 1.706/99, 1.761/99, 1.893/99, 1.923/99, 1.955/99, 1.982/99, 2.017/99, 2.090/99, 2.130/99, 2.185/99, 2.334/00, 2.365/00, 2.389/00, 2.417/00, 2.468/00, 2.613/00, 2.786/00, 2.833/00, 2.908/00, 2.919/00, 3.000/00, 3.067/00, 3.089/00, 3.114/00, 3.152/00, 3.262/00, 3.354/00, 3.423/00, 3.451/00, 3.463/00, 3.583/00, 3.619/00, 4.046/01, 4.062/01, 4.273/01, 4.424/01, 4.461/01, 4.532/01, 4.745/01, 4.791/01, 4.839/01, 4.955/01, 5.121/01, 5.140/01, 5.464/01. 5.528/01, 5.561/01, 5.708/01, 5.792/01, 5.834/01, 5.973/01, 6.017/01, 6.218/02, 6.343/02, 6.622/02, 6.729/02, 6.971/02, 7.332/02, 200/03, 204/03, 212/03, 327/03, 330/03, 412/03, 445/03, 504/03, 556/03 E 871/03)

Estabelece medidas destinadas restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com o objetivo de impor restrições à propaganda e à venda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º Os art. 3º e 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com as alterações seguintes:

"*Art. 3º* .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, mensagem de advertência, falada ou escrita, sobre os malefícios do fumo, das bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, dos medicamentos e terapias e dos defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.(NR)

.....

Art, 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, comercializadas no País, bem como os cartazes ou pôsteres afixados nos locais de venda, conterão advertências sobre os malefícios à saúde de seu consumo excessivo, cujos conteúdos serão definidos na regulamentação.(NR)

§ 3º As mensagens de advertência, referidas no parágrafo anterior, deverão ser escritas em letra tipo "Times New Roman", maiúsculas, de forma ostensivamente destacada, ocupando no mínimo vinte por cento dos rótulos, cartazes ou pôsteres, e usadas de forma simultânea ou rotativa, variando no mínimo a cada três meses.

§ 4º É vedada a propaganda de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em painéis ou em qualquer outro veículo de comunicação instalado às margens das rodovias federais."

Art. 3º São acrescentados à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, artigos com a seguinte redação:

"Art. 4º-A São vedados o armazenamento, a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados nas faixas de domínio das rodovias federais.

Parágrafo único. Os estabelecimentos citados no caput deverão afixar em suas dependências avisos da referida proibição.

Art. 4º -B É vedada a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estádios de futebol e em ginásios esportivos."

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1994, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art. 9º .....

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pelo descumprimento de qualquer um de seus dispositivos. (NR)

.....

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros e nos estabelecimentos comerciais localizados ás margens das rodovias federais. (NR)"

Art. 5º Esta lei entra em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003

Deputado Sandes Júnior
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, opinou unanimemente pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.846/1994, e dos Projetos de Lei nºs 931/1999, 1056/1999, 1160/1999, 1408/1999, 1490/1999, 1602/1996, 1955/1999, 2130/1999, 2185/1999, 2334/2000, 2365/2000, 2417/2000, 3000/2000, 3114/2000, 3262/2000, 3497/1997, 3619/2000, 3858/1997, 3869/1997, 4111/1998, 4160/1998, 4204/1998, 4528/1998, 4538/1998, 4618/1998, 4705/1998, 4062/2001, 4046/2001, 4461/2001, 4791/2001, 5561/2001, 5708/2001, 5792/2001, 6218/2002, 6622/2002, 204/2003, 327/2003, 330/2003, 412/2003, 445/2003, 504/2003, 556/2003, 871/2003, apensados, e da emenda nº 1/1999, apresentada na Comissão, ao Projeto de Lei nº 4.846/1994, com substitutivo; e pela rejeição do Projetos de Lei nºs 251/1999, 633/1999, 806/1999, 963/1999, 964/1999, 1004/1999, 1100/1999, 1151/1999, 1175/1999, 1277/1999, 1382/1999, 1512/1999, 1599/1999, 1706/1999, 1761/1999, 1893/1999, 1923/1999, 1982/1999, 2017/1999, 2090/1999, 2389/2000, 2468/2000, 2613/2000, 2786/2000, 2833/2000, 2908/2000, 2919/2000, 3037/1997, 3042/1997, 3067/2000, 3089/2000, 3152/2000, 3354/2000, 3380/1997, 3423/2000, 3451/2000, 3463/2000, 3583/2000, 3626/1997, 3852/1997, 3993/1997, 4062/1998, 4215/1998, 4469/1998, 4796/1998, 1346/1999, 4258/1998, 4333/1998, 4680/1998, 4273/2001, 4424/2001, 4532/2001, 4745/2001, 4839/2001, 4955/2001, 5121/2001, 5140/2001, 5464/2001, 5528/2001, 5973/2001, 5834/2001, 6017/2001, 6343/2002, 6729/2002, 6971/2002, 7332/2002, 200/2003, e 212/2003, apensados, e das emendas nºs 1/1995 e 2/1995, apresentadas na Comissão ao Projeto de Lei nº 4.846/1994, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Sandes Júnior, com complementação de voto.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Corauci Sobrinho - Presidente, Sandes Júnior, Vieira Reis e Silas Câmara - Vice-Presidentes, Adelor Vieira, Almir Moura, Ariosto Holanda, Bispo Wanderval, Carlos Nader, Dr. Hélio, Edson Ezequiel, Eduardo Cunha, Geraldo Thadeu, Gilberto Kassab, Gustavo Fruet, Henrique Eduardo Alves, Iris Simões, Jamil Murad, João Batista, João Mendes de Jesus, Jorge

Bittar, José Carlos Araújo, José Mendonça Bezerra, José Priante, José Rocha, Júlio Cesar, Julio Semeghini, Luiz Couto, Luiza Erundina, Marcos Abramo, Mário Assad Júnior, Maurício Rabelo, Murilo Zauith, Narcio Rodrigues, Nelson Proença, Nilson Pinto, Raimundo Santos, Ricardo Barros, Ricardo Izar, Takayama, Valdenor Guedes, Vander Loubet, Vanderlei Assis, Walter Pinheiro, Affonso Camargo, Carlos Abicalil, Pastor Pedro Ribeiro, Professora Raquel Teixeira, Rubinelli e Zelinda Novaes.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003.

Deputado CORAUCI SOBRINHO
Presidente

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, com o objetivo de impor restrições à propaganda e à venda de bebidas alcoólicas.

Art. 2º Os art. 3º e 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com as alterações seguintes:

"*Art. 3º* .....

.....

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, mensagem de advertência, falada ou escrita, sobre os malefícios do fumo, das bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, dos medicamentos e terapias e dos defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.(NR)

.....

Art. 4º .....

§ 1º .....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico, comercializadas no País, bem como os cartazes ou pôsteres afixados nos locais de venda, conterão advertências sobre os malefícios à saúde de seu consumo excessivo, cujos conteúdos serão definidos na regulamentação.(NR)

§ 3º As mensagens de advertência, referidas no parágrafo anterior, deverão ser escritas em letra tipo "Times New Roman", maiúsculas, de forma ostensivamente destacada, ocupando no mínimo vinte por cento dos rótulos, cartazes ou pôsteres, e usadas de forma simultânea ou rotativa, variando no mínimo a cada três meses.

§ 4º É vedada a propaganda de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em painéis ou em qualquer outro veículo de comunicação instalado às margens das rodovias federais."

Art. 3º São acrescentados à Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, artigos com a seguinte redação:

"Art. 4º-A São vedados o armazenamento, a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estabelecimentos localizados nas faixas de domínio das rodovias federais.

Parágrafo único. Os estabelecimentos citados no caput deverão afixar em suas dependências avisos da referida proibição.

Art. 4º -B É vedada a venda, a oferta e o consumo de bebidas alcoólicas de qualquer teor alcoólico em estádios de futebol e em ginásios esportivos."

Art. 4º O art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1994, passa a vigorar com as alterações seguintes:

"Art. 9º .....

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pelo descumprimento de qualquer um de seus dispositivos. (NR)

.....

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros e nos estabelecimentos comerciais localizados ás margens das rodovias federais. (NR)"

Art. 5º Esta lei entra em vigor 90 (noventa dias) após a sua publicação.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2003

Deputado Corauci Sobrino
Presidente

PROJETO DE LEI N.º 983, DE 2003

(Do Sr. Colbert Martins)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 que "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".

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL, DECRETA:

Art. 1º - Os *caputs*, dos Art.3º e 3º-A, e o §2º do Art.4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"**Art. 3º** - A propaganda comercial dos produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco e de bebidas alcoólicas, só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.(N.R)

.....

Art. 3º-A - Quanto aos produtos referidos no artigo 3º, são proibidos: (N.R)

.....

Art. 4º - .....

§ 2º Os rótulos das embalagens e a propaganda de bebidas alcoólicas, conterão, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do álcool, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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"***:(N.R)

I – o álcool pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II – o álcool pode causar câncer e doenças do fígado;

III – ingerir álcool durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – o álcool provoca dependência;

V – o álcool provoca cirrose hepática;

VI - evite ingerir bebida alcoólica na presença de crianças;

VII – o álcool provoca diversos males à sua saúde."

Art. 2° - Acrescenta os §§3° e 4° ao Art.4° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, com a seguinte redação.

"Art. 4° - .....

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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 das latas e garrafas que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor."

Art. 3° - O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de 60(sessenta) dias, a partir de sua publicação.

Art. 4° - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, *de* *de 2003.*

DEPUTADO COLBERT MARTINS

PPS / BA

JUSTIFICAÇÃO

A necessidade de melhor esclarecer a população sobre os malefícios do fumo e do álcool é uma das atribuições desta Casa, principalmente quando legislamos sobre os direitos e deveres do cidadão. Um dos fatores de ignorância da população é, justamente, a omissão das instituições pública no sentido de fazer valer a Lei. Esta constatação é corroborada pelo fato de a Lei em alteração não estabelecer, também, de forma clara as restrições ao uso de bebida alcoólica e, por isso, na comercialização de produtos alcoólicos, a exemplo da cerveja, a inscrição ***"Evite o Consumo Excessivo de Álcool"***, além de ser permissiva, haja vista não alertar para os risco do consumo de álcool, vem sendo desrespeitada na medida em que é gravada na embalagem de forma a dificultar, o máximo possível, a visualização da frase em destaque, contribuindo, por conseqüência, para minimizar os resultados que poderiam advir de uma competente publiscização dos efeitos do consumo *"Excessivo do Álcool"*.

Outro ponto a ser considerado nesta proposição é a economia que esta legislação trará aos cofres públicos, pois, ao alertar o usuário para os efeitos do álcool, através da embalagem do produto, o Governo, além de está prestando um importante serviço ao cidadão, estará trabalhando para economizar os recursos que seriam destinados ao tratamento de dependentes do álcool e, consequentemente, investido na melhoria da qualidade de vida do povo brasileiro.

Dessa forma, caros parlamentares, entendendo que a nossa proposta, além de não encontrar óbices à sua progressão, tendo em vista o respeito às disposições constitucionais e regimentais, contribuirá efetivamente para o fortalecimento da cidadania, aguardamos, após a devida apreciação, a sua aprovação.

Sala das Sessões, *de* *de 2003.*

DEPUTADO COLBERT MARTINS

PPS / BA

PROJETO DE LEI N.º 1.171, DE 2003

(Do Sr. Léo Alcântara)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre a veiculação de mensagem de advertência nas embalagens de bebidas alcoólicas.

(APENSE-SE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera dispositivo da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", para obrigar a veiculação de mensagem de advertência nas embalagens de bebidas alcoólicas, alertando quanto ao perigo de dirigir sob a influência de álcool.

Art. 2º O § 2º do art. 4º da Lei nº 9.294/96 passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º .....

"§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão mensagem de advertência, inserida de forma legível e destacada, de forma simultânea ou rotativa, com os seguintes dizeres:

"I – evite o consumo excessivo de álcool;

"II – se beber, não dirija. (NR)"

Art. 3º Esta Lei entra em vigor entra em vigor no prazo de 90 (noventa dias) de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, representou um grande avanço no controle da publicidade, da comercialização e, até mesmo, do consumo de substâncias reconhecidamente prejudiciais à saúde, como o fumo e as bebidas alcoólicas.

No que se refere aos produtos fumígenos, a referida norma legal define uma série de mensagens de advertência quanto aos malefícios de tais produtos. Essas mensagens devem ser inscritas nas respectivas embalagens dos produtos, bem como veiculadas nas peças publicitárias dos mesmos. No caso das bebidas alcoólicas, no entanto, a mesma lei obriga apenas a inscrição, nos rótulos das embalagens, de uma única mensagem de advertência, com os dizeres: "evite o consumo excessivo de álcool".

Quer nos parecer que esse tratamento mais ameno concedido pelo legislador às bebidas alcoólicas não condiz com o potencial de risco que o consumo irresponsável das mesmas pode acarretar. Merece destaque, a propósito, a influência do consumo de álcool nas condições de segurança de trânsito, visto que já se comprovou que esse consumo reduz os reflexos do condutor.

O Código de Trânsito Brasileiro – CTB – considera infração gravíssima o ato de dirigir sob a influência de álcool, em nível superior a seis decigramas por litro de sangue, ou de qualquer substância entorpecente ou que determine dependência física ou psíquica, punível com multa e suspensão do direito de dirigir, além da retenção do veículo (art. 165). Mais ainda, se esse ato expuser a dano potencial a incolumidade de outrem, ele passa a ser considerado também crime (art. 306), punível com detenção, multa e suspensão da habilitação. Essas medidas são importantes, mas poderiam surtir melhor efeito se combinadas com ações destinadas a aumentar o nível de consciência dos condutores.

É nesse sentido que caminha a proposta ora oferecida à apreciação da Casa. Ao obrigar a inscrição da frase de advertência "se beber, não dirija" nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas, pretende-se contribuir para que as pessoas, de um modo geral, e os condutores de veículos automotores, em particular, sejam alertados para a incompatibilidade entre o consumo de bebida alcoólica e o ato de dirigir.

À vista da importância da matéria para uma maior conscientização dos condutores de veículos automotores e, em decorrência, para a melhoria da segurança do trânsito, espera-se contar com amplo apoio da Casa para a rápida apreciação e aprovação desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2003.

Leonardo Alcântara 03/06/03

Deputado LEO ALCÂNTARA

PROJETO DE LEI N.º 1.433, DE 2003

(Do Sr. Luciano Zica)

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas".

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 1º do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"§ 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, as salas de teatro e cinema e as áreas de alimentação de *shopping centers*."

Art. 2º Acrescente-se ao art. 9º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, o seguinte inciso, renumerando-se os demais:

" V - multa de R$ 50,00 (cinqüenta reais), para usuários de produtos fumígenos nos locais proibidos, nos termos do § 1º do art. 2º desta lei".

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

JUSTIFICAÇÃO

São inegáveis os avanços representados pela instituição da Lei nº 9.294, de 1996, que estabeleceu restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas e medicamentos, entre tantos outros reconhecidamente nocivos à saúde do indivíduo e da coletividade.

Porém, ainda que o Decreto nº 2.018, de 01 de outubro de 1996, que regulamentou a lei em apreço, tenha definido o conceito de "recinto coletivo" como sendo "local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares", não fica claro, na prática, que aí se incluem também as praças de alimentação dos *shoppings centers*, as quais localizam-se, predominantemente, em recintos fechados.

Por outro lado, não consta da regulamentação da Lei 9.294/96 o valor da multa que deve ser aplicada a fumantes infratores, no caso da prática do tabagismo nos locais definidos pelo Decreto nº 2.018/96, como "recinto coletivo".

A presente proposição visa, portanto, a sanar esses pequenos lapsos contidos no texto legal em apreço, contribuindo para uma melhor e mais correta aplicação dessa lei que, sem dúvida, representou um importante avanço na regulamentação do uso de produtos fumígenos e bebidas alcoólicas em todo País.

Sala das Sessões, em de julho de 2003.

Deputado Luciano Zica
PT/SP

08/07/03

PROJETO DE LEI N.º 1.657, DE 2003

(Do Sr. Alberto Fraga)

Estabelece normas gerais de consumo de bebidas alcoólicas em bares, restaurantes e similares, e dá outras providências.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais de venda e de consumo de bebidas alcoólicas em bares, restaurantes e similares, situados em locais de alto índice de criminalidade.

Art. 2º É vedado a venda e o consumo de bebidas alcoólicas em bares, restaurantes e similares que estiverem situados em locais ou que funcionem em horários em que o índice de criminalidade assim justifique a restrição, a critério da autoridade competente, na forma do regulamento.

§ 1°. No caso de risco de grave perturbação da ordem ou elevação desproporcional do índice de criminalidade, a autoridade competente, na forma do regulamento, sem prejuízo da competência municipal, poderá determinar o não funcionamento dos estabelecimentos de que trata esta Lei em horários e locais específicos.

§ 2° O regulamento disciplinará os casos de exceção, mediante expedição de licença especial.

Art. 3° O não cumprimento do estabelecido nesta lei acarretará ao infrator, pessoa física ou jurídica, multa de R$ 10.000,00 (dez mil reais) a R$ 300.000,00 (trezentos mil reais), na forma do regulamento.

Parágrafo único. As receitas oriundas das multas de que tratam este artigo integrarão o Fundo Nacional de Segurança Púbica, na forma do artigo 2° da Lei n° 10.201, de 14 de fevereiro de 2001.

Art. 4º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 (noventa) dias.

Art. 5° Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O uso de bebida alcoólica nas áreas urbanas mostra-se uma das maiores causas de crimes, especialmente homicídios. Exemplos de cidades que restringiram a venda de bebidas alcoólicas ou determinaram o fechamento de estabelecimentos que as vendem são promissores em estabelecer um caminho para um controle maior da criminalidade violenta.

Precisamos, entretanto, que haja um medida nacional de controle e, nesse caso, propomos este projeto de lei, vez que se inclui na competência da União.

O fato de bebidas serem vendidas livremente nos bares e similares, em muito incentiva o seu uso por cidadãos não conscientes dos perigos que tal procedimento acarreta. É nesse sentido que procuramos restringir a sua venda, procurando diminuir as tristes estatísticas brasileiras.

O projeto proposto, para não se tornar inócuo, prevê multa aos infratores, remetendo ao regulamento o seu disciplinamento, posto haver necessidade de um detalhamento sobre tais punições.

Por ser medida necessária para a garantia de uma melhor segurança nas cidades é que solicito aos colegas parlamentares o aperfeiçoamento e a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, 30 de julho de 2003.

12/08/03

DEPUTADO ALBERTO FRAGA

PROJETO DE LEI N.º 1.774, DE 2003

(Do Sr. Reinaldo Betão)

"Obriga fabricantes de bebidas alcoólicas a colocar no rótulo das embalagens os dizeres que especifica."

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os rótulos e embalagens de bebidas alcóolicas, oferecidas a consumo da população, deverão conter os seguintes dizeres impressos por meio idôneo que garanta sua visualização e permanência.

"Este produto causa embriaguez.

É proibida sua venda a menores de 18 anos (art. 81 da Lei nº 8.069, de 13/0790).

Crime cometido por pessoa embriagada é passível de pena com agravantes."

Art. 2º O art. 67, da Lei das Contravenções Penais – Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 – passa a vigorar com a seguinte redação:

Embriaguez – Informações Acautelatórias

Art. 67. Deixar o fabricante, distribuidor ou comerciante de bebidas alcoólicas, de inserir nos rótulos e embalagens de bebidas alcoólicas que produzam, distribuam ou comercializem, mensagens alusivas aos efeitos

de bebida, e conforme disposições legais a respeito.

Penas: prisão simples de 2 (dois) meses a 1 (um) ano e multa.

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

JUSTIFICAÇÃO

O País, em seus mais variados setores, população, autoridades, escolas envidam inexauríveis esforços a fim de conscientizar a população, em especial os jovens, dos efeitos negativos de bebida alcoólica, procurando evitar que eles entrem na senda do vício ou o abandonem se já se iniciaram no trágico caminho.

Entretanto, esse trabalho de conscientização exige esforços contínuos e persistência. A mídia, sustentada pelo poderio econômico das grandes empresas produtoras de bebidas alcoólicas, mostra a cada instante nos veículos de comunicações, especialmente em TV, mensagens sedutoras, geralmente com motivações eróticas ou cômicas que, procuram convencer da utilidade de consumir-se a bebida, ou minimizar ou esconder seu poder de destruição.

É preciso, então, que se faça um esforço oposto, mostrando seus efeitos nocivos e as possíveis conseqüências penais de sua oferta fora dos limites previamente definidos.

O Estatuto da Criança e do Adolescente – Lei nº 8.069/90 – proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores de dezoito anos.

O Código Penal (Decreto 2.848, de 7 de dezembro de 1940), trata dos casos de crimes cometidos em estado de embriaguez. A relação entre o consumo de bebidas alcoólicas e o crime, pode ser resumida como segue:

a) embriaguez por força maior ou caso fortuito – não existe pena

b) embriaguez voluntária ou culposa – existe pena

c) embriaguez pré-ordenada (embriaguez a fim de cometer crime) – existe pena e agravante.

Partindo desses dados, elaboramos o Projeto de Lei, com intuito educativo e repressivo.

Interessamo-nos, sem faltar com a verdade, por mostrar, na mensagem a ser gravada no rótulo, a pena mais grave, pois não há possibilidade de colocar, no restrito espaço de um rótulo, todas as alternativas possíveis, com relação ao tratamento penal dispensado aos usuários da bebida.

Estabelecemos, também, a pena a ser aplicada aos fabricantes, distribuidores ou comerciantes que exerçam suas respectivas atividades, com relação à bebida, sem cuidar da colocação do rótulo mencionado.

O Projeto de Lei ajudará, com certeza, na tomada de consciência da população, com relação ao consumo de bebida, diminuindo seus malefícios.

São as razões que o justificam.

Sala das Sessões, em de de 2003.

21/08/03

Deputado REINALDO BETÃO

PROJETO DE LEI N.º 1.788, DE 2003

(Do Sr. Coronel Alves)

Estabelece condição para a venda de cigarros, charutos e derivados d tabaco.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece condições para a venda de cigarros, charutos e derivados do tabaco.

Art. 2º Fica proibida a exposição de cigarros, charutos e derivados do tabaco em bares, lanchonetes, restaurantes, boates, postos de gasolina e estabelecimentos similares, em todo o território nacional.

Parágrafo único - Os estabelecimentos de que tratam o "caput" deste artigo deverão manter os cigarros e derivados do tabaco em local não visível ao público.

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta lei sujeitará o infrator às penalidades constantes no art 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, "Código de Defesa do Consumidor.", sem prejuízo das demais sanções civis, penais e administrativas.

Art. 4º Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

As doenças cardiovasculares e o câncer são as principais causas de morte por doença no Brasil, sendo que o câncer de pulmão é a primeira causa de morte por câncer.

Apenas 6,7% dos casos de câncer de pulmão não estão relacionados ao cigarro, pois 90% ocorre em fumantes, e 3,3% em fumantes passivos (pessoas que apenas convivem com a fumaça do cigarro).

Na maioria das vezes, o cigarro leva à morte por doença "coronariana, bronquite, enfisema, câncer no pulmão, boca, laringe, faringe, esôfago, pâncreas, rim, bexiga, colo de útero, derrame cerebral e obstrução na circulação sangüínea das pernas, impotência sexual no homem, complicações na gravidez, úlcera do aparelho digestivo, infeções respiratórias, trombose, entre outras".

Mesmo não levando à morte, esse hábito pode causar danos irreversíveis. O cigarro não afeta apenas as pessoas que optam por esse hábito sabidamente prejudicial. Os não fumantes acabam absorvendo passivamente nicotina, monóxido de carbono e outras substâncias contidas nos cigarros, charutos ou derivados do tabaco, da mesma forma que os fumantes.

A quantidade de tóxicos absorvidos por cada indivíduo depende da intensidade da exposição, bem como, o tamanho do ambiente e a qualidade da ventilação.

Os fumantes passivos sofrem os efeitos imediatos da poluição tabágica ambiental, tais como irritação nos olhos, manifestações nasais, tosse, dor de cabeça, exacerbação de problemas alérgicos e cardíacos - principalmente elevação da pressão arterial e angina (dor no peito). Outros efeitos a médio e longo prazo são a redução da capacidade funcional respiratória, aumento do risco de arteriosclerose e aumento do número de infeções respiratórias em crianças.

A Constituição considera o tabaco como um dos produtos sujeitos a controle, e determina que a saúde é um dever do Estado.

O tabaco é tão maléfico que o Governo gasta elevadas quantias com campanhas de prevenção; além disso, as doenças profissionais por ele causadas são custeadas pelo sistema de aposentadoria pago por toda a sociedade.

Retirar o produto do ângulo de visão do consumidor é uma maneira de não incentivar o fumo, que é o causador de tantos danos a saúde e prejuízos materiais para o Estado e para o próprio fumante e sua família.

A moderna sociedade de consumo é acentuadamente marcada pela publicidade, que exerce poderosa influência sobre a vida das pessoas, seus padrões de comportamento, seus hábitos, suas idéias e seus valores, atingindo homens, mulheres e crianças.

Retirar o cigarro das prateleiras dos estabelecimentos comerciais fará com que muitos jovens que ainda não experimentaram o cigarro não se sintam atraídos por ele.

Na defesa da saúde pública e de todo povo brasileiro solicito o apoio dos Nobres Parlamentares para a aprovação do Projeto de Lei em questão.

Sala de Sessões, em de de 2003.

26/08/03

Deputado Coronel Alves
PL_AP

PROJETO DE LEI N.º 1.789, DE 2003

(Do Sr. Coronel Alves)

Dispõe sobre relações de consumo, distribuição e circulação de substâncias etílicas e dá outras providências.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1° Esta lei estabelece as relações de consumo, distribuição e circulação de substâncias etílicas.

Art. 2° Os fabricantes, os fornecedores e os distribuidores de bebidas alcoólicas colocadas no mercado de consumo, farão constar, de maneira visível, legível, clara e precisa nas embalagens dos referidos produtos, as seguintes expressões:

I - "proibida a venda a menores de 18 anos";

II - "o uso imoderado desta substância causa diversos males à sua saúde" e

III - "o uso desta substância produz dependência física e/ou psíquica".

§1° - Aplica-se o disposto nesta lei às bebidas rotuladas como "sem álcool", que quando dispuserem de ingredientes alcoólicos, mesmo que sejam considerados mínimos, deverão informar a presença dessa substância ao consumidor.

§2° Fica proibida a circulação para distribuição interna e a comercialização de produtos cujos rótulos ou embalagens não estejam de acordo com o disposto nesse artigo.

Art. 3° Os fabricantes, fornecedores e distribuidores de bebidas alcoólicas adequarão as embalagens dos seus produtos ao exigido nesta lei, no prazo de cento e oitenta dias contados da data de sua publicação.

Parágrafo único - Excetua-se do disposto nesta lei as bebidas alcoólicas cujo lote de produção for anterior à publicação desta lei.

Art. 4° A não observância das disposições desta lei, sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, sujeitará os infratores a:

I - multa no valor do equivalente a 1.200 (hum mil e duzentas) UF;

II - multa aplicada em dobro e sucessivamente, nos casos de reincidência.

Art. 5° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O projeto de lei apresentado a esta Casa Legislativa tem como escopo, após a devida tramitação, estabelecer regras visando proteger os consumidores do consumo de substâncias etílicas colocadas no mercado de consumo, para que o façam de forma mais esclarecida

Esta competência é claramente delineada pelo comando dos incisos V e VIII, do artigo 24 da Constituição Federal, que autoriza o exercício da competência concorrente entre os entes federativos quando o tema é produção e consumo.

Há, ainda, quem pense que o consumo de bebidas alcoólicas é algo simples e inofensivo. E que beber socialmente é questão de apenas beber moderamente. A propaganda associa o ato de beber "X " produto à imagens de juventude, jogo de cintura do brasileiro e muita sensualidade. Status e prazer. "A propaganda, por meio de inumeráveis *anúncios na TV, rádios, jornais, sugere que a solução para qualquer problema poderá ser* facilmente encontrada a partir do uso de uma substância química" - **Dr. Silvério da Costa Oliveira, mestre em psicologia-UERJ, membro da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, autor de vários livros sobre sexo e drogas.**

Presente na história da humanidade desde 6000 A C, inicialmente a bebida alcoólica tinha um teor muito baixo e relacionado a rituais religiosos.

A partir da Idade Média surgiu o processo de destilação e o seu uso como remédio para a dor. Com a revolução industrial seu uso foi generalizado. "Apesar do desconhecimento por parte da maioria das pessoas, o álcool também é considerado uma droga psicotrópica, pois ele atua no sistema nervoso central, provocando uma mudança no comportamento de quem o consome, além de ter potencial para desenvolver dependência.

O álcool é uma das poucas drogas psicotrópicas que tem seu consumo admitido e até incentivado pela sociedade. (...) Além dos inúmeros acidentes de trânsito e de violência associada, o consumo de álcool pode provocar um quadro de dependência conhecido como alcoolismo. Desta forma, o consumo inadequado do álcool é um *importante problema de saúde pública, acarretando altos custos para a sociedade...*" - **GREA = Grupo Interdisciplinar de Estudos do álcool e Drogas, do Departamento de Psiquiatria da Faculdade de Medicina da USP.**

A ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE - OMS, informa que países desenvolvidos que aboliram os anúncios de bebidas alcoólicas têm um consumo 16% mais baixo e 25% menos mortes no trânsito.

Hoje está se fumando menos e bebendo mais no mundo todo, tanto que a ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE elaborou a Carta Européia do Álcool: 1. Todas as pessoas têm direito a viver numa família, comunidade e local de trabalho protegidos de acidentes, de violência e das conseqüências negativas do consumo do álcool. 2. Todas as pessoas têm direito a receber informação e educação valida e imparcial, desde os primeiros anos de vida, sobre as conseqüências negativas de consumo de álcool para a saúde, a família e a sociedade. 3. Todas as crianças e adolescentes têm o direito de crescer num ambiente protegido das conseqüências negativas do consumo do álcool e tanto quanto possível das indução ao consumo de bebidas alcoólicas. 4. Todas as pessoas com um *consumo de álcool prejudicial a si e aos membros de sua família têm o direito ao apoio e* tratamento acessível e adequado. 5. Todas as pessoas que não queiram consumir álcool ou não o possam fazer por razões de saúde ou outras, têm direito a estarem protegidas de pressões para beber e têm direito a serem apoiadas no seu comportamento abstinente.

O consumidor tem o direito de se ver protegido contra o propagandas enganosas, uma vez que tais produtos procuram associar-se a imagens de sucesso social e sexual e à juventude, o que justamente é destruído pelo Álcool. Bem como tem o direito de

receber informações claras e corretas sobre o que está consumindo, conforme dispõe o Código do Consumidor., ao definir no Artigo 4º os Direitos do Consumidor.

Temos a certeza que esse projeto vai ajudar para que, passo a passo, o Brasil se torne cada vez mais um lugar melhor para se viver. E se estamos falando em criar um Brasil novo, moderno e melhor, estamos falando de futuro e direcionando esta perspectiva aos jovens. Ajudar o jovem a resistir aos apelos das drogas, para que ele possa desenvolver-se naturalmente, alcançando o seu potencial pleno, e em equilíbrio. Informar-sem-julgar.- Educar-para-prevenir. Prevenir-para-ter-opção-à-vida.

Sala das Sessões em, de de 2003. 26/08/03

Deputado Coronel Alves
PL-AP

PROJETO DE LEI N.º 1.880, DE 2003

(Do Sr. Ronaldo Vasconcellos)

Proíbe a comercialização, no território nacional, de tabaco e seus derivados em padarias, supermercados e estabelecimentos congêneres

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibida a comercialização de tabaco e produtos dele derivados, em qualquer de suas formas, em padarias, supermercados e estabelecimentos congêneres destinados ao atendimento indiscriminado do consumidor final.

Art. 2º Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A colocação do tabaco e de produtos dele derivados, como o cigarro, em estabelecimentos de acesso amplo e indiscriminado de consumidores de produtos finais é fator que facilita e estimula a aquisição e consumo de itens que comprovadamente são nocivos à saúde humana.

As conseqüências do uso desses produtos vão desde a perda de vidas em escala assustadora até a configuração mesmo de um

problema de saúde pública, especialmente pela demanda por leitos e serviços hospitalares, onerando o Estado e os contribuintes.

Muitas medidas já vêm sendo adotadas para coibir o uso ou, ao menos, orientar as pessoas sobre os males causados pelo fumo, utilizando-se de instrumentos de propaganda dissuasiva e a obrigatoriedade de inscrição, nas embalagens, de alertas sobre as doenças causadas pelo cigarro.

Falta, no entanto, uma medida mais enérgica, que dificulte efetivamente o acesso a tais produtos, restringindo a comercialização a locais de venda exclusiva desses produtos, como charutarias e assemelhados, o que decorrerá, naturalmente, da adoção do quanto estabelecido no presente projeto de lei, que esperamos ver bem compreendido e aprovado pelos nobres Deputados desta Casa.

Sala das Sessões, em 03 de outubro de 2003.

Deputado Ronaldo Vasconcellos

PROJETO DE LEI N.º 1.915, DE 2003

(Do Sr. Neuton Lima)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Acrescente-se à Lei nº 9.294, de 1996, o seguinte art. 4º A, renumerando-se os demais:

"Art. 4ºA A venda de bebidas alcoólicas fica restrita ao período que vai das 22 horas de um dia até às 5 horas e 59 minutos do dia seguinte, em casa noturnas, bares, clubes e restaurantes de todo o País, localizados em áreas residenciais, e ao período que vai das 10:00 às 24:00 em áreas comerciais, *shopping centers* e centros de diversões.

Parágrafo único. O não cumprimento do disposto no *caput* sujeita vendedores, gerentes e proprietários dos estabelecimentos à multa de R$ 1.000,00 (mil reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, em caso de reincidência."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

São por demais conhecidos de todos nós os danos pessoais e sociais causados pelo consumo exagerado de bebidas alcoólicas. Porém, apesar de já existir no País legislação referente à matéria, como é o caso da Lei nº 9.294, de 1996, que restringe o uso e a propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas em todo o País, esta atém-se mais que tudo ao primeiro aspecto da questão, ou seja, à propaganda, deixando de considerar outras variáveis igualmente importantes relativas ao uso destes produtos.

Entendemos, no entanto, ser praticamente impossível conter os abusos e males de toda ordem, causados não só aos usuários de bebidas alcoólicas, como à sociedade em geral, caso não se estabeleçam limites ao seu uso, sobretudo no que respeita ao horário de vendas do produto em determinadas áreas das cidades, proporcionando, assim, maior tranqüilidade a seus habitantes.

A presente proposição constitui, portanto, a resposta para um tipo de preocupação que não é só nossa, mas de todos os cidadãos brasileiros, em especial aqueles que habitam as grandes cidades, onde a violência e a criminalidade vêm aumentando de maneira alarmante e descontrolada.

Sala das Sessões, em de de 2003.

09/09/03

Deputado Nélton Lima

PROJETO DE LEI N.º 1.945, DE 2003

(Do Sr. Eduardo Paes)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de constar, nas embalagens de cigarros, as datas de fabricação e validade.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É obrigatória a inserção das datas de fabricação e de validade, nas embalagens de cigarros destinadas ao consumidor final.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumidor tem direito de saber a qualidade do produto que está consumindo, especialmente quando se trata de item tão controvertido e de ampla participação no mercado, o que justifica plenamente a presente iniciativa, que esperamos ver aprovada pelos ilustres colegas Deputados.

Sala das Sessões, em 09 de setembro de 2003

10/09/03

Deputado Eduardo Paes
PSDB/RJ

PROJETO DE LEI N.º 1.998, DE 2003

(Do Sr. Carlos Nader)

Acrescenta parágrafo ao art. 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para regulamentar informações ao consumidor sobre bebida alcoólica e tabaco.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro, de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte § 1º-A:

"§ 1º-A Em se tratando de bebida alcoólica ou produto de tabaco para fumar, cabe ao fabricante inscrever na rotulagem do produto informações sobre os efeitos benéficos, maléficos e colaterais decorrentes de seu uso.

Art. 2º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Apesar da existência de legislação sobre a propaganda de bebida alcoólica e tabaco, faz-se mister alterar o Código de Defesa do Consumidor para regulamentar a rotulagem desses produtos com informações corretas, claras, precisas e ostensivas a respeito de seus benefícios, malefícios e efeitos colaterais.

O espírito que prevalece no Código é o da preservação da segurança e da saúde do consumidor. Ele tem direito à proteção contra riscos provocados por produtos considerados perigosos ou nocivos. Entretanto, é inegável o direito de todo cidadão à liberdade de escolha para consumir ou não produtos considerados potencialmente nocivos. Em nosso entendimento, para que o consumidor exerça com consciência essa liberdade de escolha é imprescindível que esteja perfeitamente esclarecido dos riscos envolvidos no consumo de determinado produto, e é exatamente esse esclarecimento que busca a presente proposição: proporcionar ao consumidor informações na rotulagem de bebidas alcoólicas e tabaco sobre as possíveis conseqüências de seu consumo.

É público e notório que o consumo de álcool e tabaco pode ter efeitos nocivos à saúde do consumidor. Também é notório que, apesar de sua potencial nocividade, esses produtos são consumidos por milhões de brasileiros. Assim, não obstante à existência da Lei nº 8.078/90, que contém regras gerais sobre informações a serem prestadas na oferta de produtos, bem como a existência de legislação específica sobre propaganda de bebida alcoólica e tabaco, consideramos, que, devido ao imenso número de consumidores desses produtos, eles merecem um tratamento especial por parte do Código de Defesa do Consumidor, especialmente no que diz respeito à sua rotulagem.

Os danos a que se expõe o consumidor e os danos provocados pelo consumo de bebida alcoólica ou tabaco tanto podem resultar da potencial nocividade do produto, como de seu uso inadequado. A medida ora proposta pretende evitar que, inadvertidamente, o consumidor use esses produtos de maneira inadequada, fazendo com que seja cada vez mais conhecedor das reais conseqüências que lhe pode trazer o consumo de bebida alcoólica e tabaco.

Com o intuito de aprimorar a proteção e a defesa do consumidor, solicitamos o apoio dos nobres Pares à presente iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2003.

17/09/03

Deputado CARLOS NADER

PROJETO DE LEI N.º 2.089, DE 2003

(Do Sr. Zico Bronzeado)

Proíbe a venda de bebidas alcoólicas em estádios e ginásios de esportes.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1°. É proibida a venda e o ingresso, por qualquer forma, de bebidas alcoólicas em estádios de futebol e ginásios de esportes.

Art. 2°. O estabelecimento e/ou o freqüentador, flagrado em desobediência ao disposto no Art. 1° desta Lei terão seus estoques apreendidos e estarão sujeitos a multas entre 1(um) e 100 (cem) salários mínimos.

Art. 3°. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Semanalmente a imprensa de todo o país dá conta dos distúrbios e das conseqüências geradas por atitudes de torcedores de futebol, e de outras modalidades esportivas, que embriagados se transformam em agentes de violência e perturbação da ordem pública.

Casos são conhecidos em que esses embates, fora e dentro dos campos, terminam em agressões, mutilações e mortes de pessoas que, muitas vezes sequer estão envolvidas diretamente no conflito. A violência, no mais das vezes gerada pelo consumo de bebida alcoólica constitui elemento de esvaziamento e desprestígio do esporte como um todo, tendo como resultado o afastamento dos jovens e das famílias de uma atividade básica na formação do indivíduo, além, obviamente, de trazer graves prejuízos financeiros aos clubes e entidades desportivas.

Além de proibir a venda e o consumo de bebida alcoólica nos estádios de futebol e nos ginásios esportivos, é importante estabelecer penas pecuniárias aos que, em desobediência à Lei, promoverem a venda e o consumo de bebida alcoólica nos estádios de futebol e ginásios desportivos, sejam estabelecidos ou ambulantes.

Assim é que solicito dos nobres pares o apoio necessário à presente proposta.

Sala das Sessões

25/09/03

ZICO BRONZEADO
Deputado Federal PT/AC

PROJETO DE LEI N.º 2.268, DE 2003

(Do Sr. Rogério Silva)

Altera o art. 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, e dá outras providências.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Ao art. 8º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, renumerando-se o atual parágrafo único para primeiro acrescenta-se o parágrafo segundo com a seguinte redação:

Art. 8º. .....

§ 1º - .....

§ 2º - Não se excluem das exigências do "caput" deste artigo e do parágrafo anterior os produtos tabagistas e as bebidas de qualquer teor alcoólico, que deverão ser vendidos somente acondicionados em embalagens fechadas, acompanhadas de "bulas" que, assinadas por médico, bioquímico, ou farmacêutico responsável, conterão, de forma especificada e em linguagem clara, a plena composição do produto e a definição dos elementos geradores de dependência, com as respectivas quantificações por dose ou unidade consumida, os efeitos benéficos e os maléficos ou colaterais decorrentes do curto, médio ou longo prazos de consumo, os limites e a possibilidade da geração de dependências e as conseqüências físicas, psicológicas e morais provenientes da mencionada dependência."

Art. 2º - A não observância do disposto no artigo anterior e seus parágrafos caracteriza a prática de crime punido com penas do art. 63 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, havendo cumulação de penas para cada infração apurada.

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei objetiva especialmente o aperfeiçoamento da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor brasileiro. E o faz em uma das áreas onde a ausência da proteção é mais evidente, ou seja, na do consumo de produtos tabagistas e de bebidas de qualquer teor alcoólico.

É evidente que o fumo e o álcool são drogas de consumo liberado em todo o país. Não há qualquer tipo de repressão ou de combate a tais drogas que tantos malefícios causam ao ser humano que por eles se deixam dominar como dependentes. Nem sequer nas campanhas de combate a outros tipos de drogas, o tabaco e o álcool são mencionados, embora o custo social dos respectivos vícios seja enorme tanto para o Estado como para as pessoas, individual ou coletivamente.

O que se pretende através da Lei proposta é dar ao tabaco e ao álcool, enquanto produtos amplamente consumíveis, tratamento de droga que gera dependência química e que oferece múltiplos malefícios para a saúde humana. Assim, escolheu-se o Capítulo da Proteção à Saúde e Segurança, no contexto da Lei nº 8.078/90, para determinar que tanto o tabaco quanto o álcool sejam comercializados somente se acondicionados em embalagens fechadas, acompanhadas de bulas assinadas e de responsabilidade de profissionais competentes, nas quais se indiquem a composição real do produto, seus efeitos benéficos, maléficos e colaterais, a possibilidade da geração de dependência química e os prejuízos físicos, psicológicos e morais decorrentes do seu uso dentro de curtos, médios ou longos prazos.

O Estado já reconheceu os malefícios do fumo e, através de mensagens institucionais, na ocorrência da publicidade do tabaco, há sempre, junto, uma advertência do Ministério da Saúde para os riscos do consumo daquele produto. Mas isto ainda é muito pouco se considerarmos que o Estado não assumiu, plenamente, a idéia de que tanto o tabaco quanto o álcool são

drogas realmente e que, como tais, se consumidos, geram dependência química e causam danos a saúde humana.

O projeto de Lei que apresento desmistifica esta situação e declara tanto o fumo como o álcool como drogas que, ao serem comercializadas ainda que livremente, o serão sob certos parâmetros elucidadores e restritivos, exigindo-se o testemunho escrito em forma de bula, por profissional de formação científica, que esclarecerá todos os riscos daquele consumo. O livre arbítrio determinará, no consumidor viciado e dependente, a sua forma de ação, sem omissões ou cumplicidades do Estado. Vale acrescentar que a restrição ao uso se dará pela exigência da lei em que os produtos mencionados somente sejam comercializados em embalagens fechadas.

A Lei proposta configura como crime a não observância das exigências nela contidas, apenando os infratores pelo conjunto de normas punitivas já instituídos pela própria Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, conforme o seu artigo 63. esclarecendo, no entanto, que as penas serão cumulativas.

É uma proposta de larga significação moral, ética e humana, que visa estabelecer claramente que o fumo e as bebidas alcoólicas causam dano à saúde e que tanto o tabaco como o álcool são realmente drogas que, consumidas, viciam e geram dependência química.

A proposta é constitucional, tem embasamento jurídico perfeito e boa técnica legislativa. Merece, por isto e por seu mérito, ser aprovado por esta Casa.

Sala das Sessões, em de de 2003.

Deputado Rogério Silva 09/10/03

PPS/ MATO GROSSO

PROJETO DE LEI
N.º 2.665, DE 2003

(Do Sr. Adelor Vieira)

Dispõe sobre a venda de bebidas alcoólicas em rodovias federais.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Os estabelecimentos comercias instalados às margens das rodovias federais localizados em todo o território nacional, ficam proibidos de vender e servir bebidas alcóolicas.

Parágrafo único: Os estabelecimentos referidos no "caput" deste artigo terão o prazo de 180 (cento e oitenta) dias à devida adaptação, a partir da regulamentação desta Lei.

Art. 2º - O Poder Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias, regulamentará a presente Lei, estabelecendo:

I – O respectivo órgão fiscalizador;
II – As penalidades aos infratores.

Art. 3º - O Poder Executivo formalizará campanha de divulgação e conscientização das disposições desta Lei, e dos malefícios causados pela ingestão de bebidas alcoólicas.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

Sala de Sessões, em 03 de dezembro de 2003.

DEP. ADELOR VIEIRA

PMDB/SC

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei se faz amparado no inciso XII, do art. 23, da Constituição Federal. É sabido que os índices de acidentes de trânsito nas rodovias são enormes. Uma possibilidade de diminuir os respectivos se faz aqui presente, ou seja, pela proibição da venda de bebidas alcóolicas nas rodovias federais.

O momento é oportuno, em considerando um desejo literal de todos os setores da sociedade, "ver vidas preservadas".

O projeto visa tornar as rodovias federais mais humanas, fato que, por si só, vem justificar a presente iniciativa, pois desnecessário se faz realçar a relação dos acidentes com a ingestão de álcool.

A responsabilidade de diminuir os acidentes é de todos nós. Providências neste sentido tem sua validade, pois, caso contrário, se caracteriza omissão.

Uma pesquisa em cinco capitais brasileiras aponta que 45% dos jovens entre 13 e 19 anos envolvidos em acidentes haviam ingerido bebida alcóolica. O alcoolismo é a terceira doença que mais mata no mundo e o uso abusivo do álcool causa doenças físicas e psíquicas, muitas delas incuráveis.

Hoje, cerca de 15% da população brasileira é alcoólatra, sendo que a média em outros países gira em torno de

12%. É importante salientar que o país gasta 7,3% do Produto Interno Bruto (PIB) por ano, para tratar de problemas relacionados ao álcool, enquanto apenas 3,5% com produção e comercialização de bebidas alcoólicas, portanto, gasta o dobro do que arrecada para tratar os que ingerem essas bebidas.

A aprovação do projeto de lei em tela, por certo, não resolverá totalmente um problema que aflige a sociedade, mas certamente diminuirá, consideravelmente, o número de acidentes nas nossas rodovias causados pelo efeito do álcool.

Não há nada mais valioso do que a vida e qualquer esforço em salvar uma já justifica a intenção.

Sala das Sessões, 03 de dezembro de 2003.

DEP. ADELOR VIEIRA

PMDB/SC

PROJETO DE LEI
N.º 2.807, DE 2003

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre obrigatoriedade de mensagem de alerta sobre riscos à saúde em propaganda e embalagens de bebidas, tabaco e derivados.

(APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.)

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º As empresas produtoras de bebidas alcoólicas ou de tabaco e derivados ficam obrigadas a inserir nas embalagens e material de divulgação ou promocional alerta ao consumidor sobre os riscos à saúde de seus produtos, nos termos desta lei.

Parágrafo único. Entende-se por bebida alcoólica aquela com dosagem de álcool maior do que 2°(dois graus) gay lussac.

Art. 2º As mensagens de alerta devem ser escritas ou faladas, conforme os casos previstos no art. 1º, tendo como frases básicas: "Fumar é prejudicial à saúde." e "Beber é prejudicial à saúde."

Art. 3º As dimensões, o tempo de veiculação e as demais ações regulamentadoras da presente lei serão definidas pelo Poder Executivo no prazo de 90(noventa) dias.

Art. 4º As empresas sujeitas a esta Lei têm prazo de 60(sessenta) dias, após a regulamentação prevista no art. 3º, para se enquadrarem às suas disposições.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os evidentes prejuízos à saúde e os sérios riscos à vida gerados pela prática do fumo e pelo uso abusivo do álcool são mais que suficientes para justificar medidas que objetivem restringir e desestimular o consumo desses produtos.

O fumo está constantemente associado ao câncer de pulmão e o álcool à milhares de acidentes de trânsito. Essas são algumas das constatações de que muitas vidas são perdidas diariamente sem que se tomem providências sérias e duradouras para reverter esse quadro.

A situação se agrava quando identificamos que as empresas produtoras desses agentes nocivos à saúde humana utilizam a propaganda como uma de suas principais estratégias para ampliar as vendas, sem realizar efetivamente o alerta necessário sobre os riscos de seus produtos.

As respostas a essa situação têm atingido parcialmente seus objetivos, através de ações do poder executivo. Torna-se necessário, contudo, ampliar o alcance das medidas coibitivas dos constantes abusos praticados, visando propiciar uma maior garantia à população.

Pelo exposto, e em razão da relevância do tema e dos benefícios que oferece à comunidade, contamos com o apoio dos ilustres parlamentares para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em de de 2003.

17/12/03

Deputado **CARLOS NADER**

PFL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 3.311, DE 2004

(Do Sr. Enio Tatico)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, de forma a estabelecer novas restrições à propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão .

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação da Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, de forma a estabelecer restrições à propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão .

Art. 2º O *Parágrafo único do art. 1º e o art. 4º da Lei n.º 9.294, de* 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º .....

Parágrafo único. Considera-se bebida alcoólica, para os efeitos desta Lei, a bebida com graduação alcoólica acima de meio por cento em volume, a vinte graus Celsius.

Art. 4º Somente será permitida a propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e três e as seis horas .

.....

§ 1º-A É vedada a participação de modelos nus ou seminus nas propagandas de que trata este artigo.

.....

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

JUSTIFICAÇÃO

Com a aprovação da lei n.º 9.294, de 1996, que regula os § 4º do art. 220 da Constituição Federal, que também trata da propaganda de medicamentos e terapias e de agrotóxicos, foram introduzidas em nossa legislação restrições ao uso, à comercialização e à propaganda de produtos fumígeros e de bebidas alcoólicas.

Ao final de 2000, referida legislação foi alterada pela Lei n.º 10.167 que introduziu mudanças significativas no que se refere aos produtos derivados de tabaco, cuja propaganda nas emissoras de televisão passou a estar proibida, bem como seu uso em aeronaves e veículos de transporte público. A publicidade desses produtos sofreu ainda restrições mais severas, passando a ser proibida nos meios de comunicação, ficando autorizada somente na parte interna dos locais de venda,

ficando ainda proibidos a propaganda por meio eletrônico, inclusive Internet, e o merchandizing em propaganda de rádio e televisão produzidos no País. Quanto à comercialização, estão vedadas a venda de produtos fumígeros em estabelecimentos de ensino e saúde, a distribuição de amostras grátis e a venda via postal.

No caso das bebidas alcoólicas, vige, até o momento, a redação original da Lei n.º 9.294, aprovada em 1996, exceto quanto à obrigatoriedade da propaganda desses produtos nos meios de comunicação conter advertência quanto aos efeitos adversos de seu consumo excessivo, determinação que foi introduzida pela Medida Provisória n.º 2190-34, de 23 de agosto 2001.

As outras restrições impostas à publicidade de bebidas alcoólicas pela Lei n.º 9.294, de 1996, dizem respeito ao horário de veiculação nas emissoras de rádio e televisão que foi limitado ao período de 21 ás 6 horas . O mesmo dispositivo, art. 4º da referida Lei, também estabelece que a publicidade não poderá associar o produto ao esporte olímpio ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, á condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas. Cumpre ressaltar, no entanto, que, de acordo com o disposto no parágrafo único do art. 1º da referida norma legal, essas restrições somente se aplicam ás bebidas alcoólicas com teor alcoólico maior do que treze Gay Lussac. Isso significa que estão excluídos das restrições legais a maioria dos vinhos de mesa, as cervejas de diversos tipos e as bebidas chamadas "ice" que misturam sucos com outras bebidas destiladas. Tal fato torna a legislação atual muito mais branda do que seria desejável .

Tratar as bebidas alcoólicas de teor menor que 13º Gay Lussac com toda condescendência é, a nosso ver, um absurdo, pois são essas as bebidas consumidas em larga escala pela população em geral, inclusive crianças e adolescentes. Nosso país gasta anualmente vultosos recursos para tratar dependentes químicos e pessoas envolvidas em graves acidentes nas cidades e nas estradas, cujos números e a gravidade poderiam ser diminuídos com a correspondente redução do uso de bebidas alcoólicas pelos motoristas. Também São alarmantes os dados que estabelecem estreita correlação entre a Ingestão de bebidas alcoólicas e o envolvimento de seus usuários em episódios de violência .

Por essas razões, consideramos relevante e urgente alterar a legislação de forma a diminuir a exposição das pessoas à propaganda de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão. Da forma como vige a Lei atual, os anúncios de cervejas, vinhos e bebidas "ice" podem ser apresentados em qualquer horário associando o produto a situações com grande apelo, inclusivo com a utilização de modelos nus e seminus que passam a idéia de prazer e satisfação ao ingerir as referidas bebidas. Ademais, é grande o número de crianças e adolescentes que assistem programas de televisão após as vinte e uma horas.

Por essas razões, optamos pela apresentação de projeto de lei que pretende alterar o tratamento dado á propaganda de bebidas alcoólicas pela atual legislação. Em primeiro lugar, propomos modificar redação do *parágrafo único* do art. 1° da Lei n.° 9.294, de 1996, adotando a definição do § 2° do art. 10 do Decreto 3.510, de 16 junho de 2000, que regulamenta a Lei n.° 8.918, de 14 de 1994, que "dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas", que define bebida alcoólica como a bebida com graduação alcoólica acima de meio por cento em volume, a vinte graus Celsius. Em seguida, alteramos o caput do art. 4° da mesma Lei, de forma a restringir a veiculação de propaganda desses produtos nas emissoras de rádio e televisão ao horário compreendido entre 23 e 06 horas . Por último, incluímos novo parágrafo no mesmo artigo de forma a vedar a participação de modelos nus ou seminus em propagandas de bebidas alcoólicas.

Com a apresentação do presente projeto de lei, esperamos contribuir para a discussão do tema nesta Casa, que vem sendo adiada há longo tempo. Dada a relevância da matéria, esperamos conta com o apoio de nossos nobres colegas parlamentares para sua célere tramitação e aprovação .

Sala das Sessões, em 6 de abril de 2004.

Deputado Enio Tatico

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígeros, 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 fumígero, 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 só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º 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:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 fumígeros, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

** Artigo, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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 seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

** § 2º, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** § Inciso I com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

II - "fumar causa câncer de pulmão";

** Inciso II com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

III - "fumar causa infarto do coração";

** Inciso III com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

** Inciso IV com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso V com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VI com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

VIII - "fumar causa impotência sexual".

** Inciso VIII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos.

**§ 3º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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".

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.

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 3º Fica criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, autarquia sob regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde, com sede e foro no Distrito Federal, prazo de duração indeterminado e atuação em todo território nacional.

....." (NR)

"Art.7º.....

.....

VII - autorizar o funcionamento de empresas de fabricação, distribuição e importação dos produtos mencionados no art. 8º desta Lei e de comercialização de medicamentos;

.....

XXV - monitorar a evolução dos preços de medicamentos, equipamentos, componentes, insumos e serviços de saúde, podendo para tanto:

a) requisitar, quando julgar necessário, informações sobre produção, insumos, matérias-primas, vendas e quaisquer outros dados, em poder de pessoas de direito público ou privado que se dediquem às atividades de produção, distribuição e comercialização dos bens e serviços previstos neste inciso, mantendo o sigilo legal quando for o caso;

b) proceder ao exame de estoques, papéis e escritas de quaisquer empresas ou pessoas de direito público ou privado que se dediquem às atividades de produção, distribuição e comercialização dos bens e serviços previstos neste inciso, mantendo o sigilo legal quando for o caso;

c) quando for verificada a existência de indícios da ocorrência de infrações previstas nos incisos III ou IV do art. 20 da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, mediante aumento injustificado de preços ou imposição de preços excessivos, dos bens e serviços referidos nesses incisos, convocar os responsáveis para, no prazo máximo de dez dias úteis, justificar a respectiva conduta;

d) aplicar a penalidade prevista no art. 26 da Lei nº 8.884, de 1994;

XXVI - controlar, fiscalizar e acompanhar, sob o prisma da legislação sanitária, a propaganda e publicidade de produtos submetidos ao regime de vigilância sanitária;

XXVII - definir, em ato próprio, os locais de entrada e saída de entorpecentes, psicotrópicos e precursores no País, ouvido o Departamento de Polícia Federal e a Secretaria da Receita Federal.

.....

4º A Agência poderá delegar a órgão do Ministério da Saúde a execução de atribuições previstas neste artigo relacionadas a

serviços médico-ambulatorial-hospitalares, previstos nos §§ 2° e 3° do art. 8°, observadas as vedações definidas no § 1° deste artigo.
§ 5° A Agência deverá pautar sua atuação sempre em observância das diretrizes estabelecidas pela Lei n° 8.080, de 19 de setembro de 1990, para dar seguimento ao processo de descentralização da execução de atividades para Estados, Distrito Federal e Municípios, observadas as vedações relacionadas no § 1° deste artigo.
§ 6° A descentralização de que trata o § 5° será efetivada somente após manifestação favorável dos respectivos Conselhos Estaduais, Distrital e Municipais de Saúde." (NR)
"Art.8°.....
.....
5° A Agência poderá dispensar de registro os imunobiológicos, inseticidas, medicamentos e outros insumos estratégicos quando adquiridos por intermédio de organismos multilaterais internacionais, para uso em programas de saúde pública pelo Ministério da Saúde e suas entidades vinculadas.
§ 6° O Ministro de Estado da Saúde poderá determinar a realização de ações previstas nas competências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, em casos específicos e que impliquem risco à saúde da população.
§ 7° O ato de que trata o § 6° deverá ser publicado no Diário Oficial da União.
§ 8° Consideram-se serviços e instalações submetidos ao controle e fiscalização sanitária aqueles relacionados com as atividades de portos, aeroportos e fronteiras e nas estações aduaneiras e terminais alfandegados, serviços de transportes aquáticos, terrestres e aéreos". (NR)
"Art.9°.....
Parágrafo único. A Agência contará, ainda, com um Conselho Consultivo, que deverá ter, no mínimo, representantes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios, dos produtores, dos comerciantes, da comunidade científica e dos usuários, na forma do regulamento." (NR)
"Art. 15. Compete à Diretoria Colegiada:
I - definir as diretrizes estratégicas da Agência;
II - propor ao Ministro de Estado da Saúde as políticas e diretrizes governamentais destinadas a permitir à Agência o cumprimento de seus objetivos;
III - editar normas sobre matérias de competência da Agência;
IV - cumprir e fazer cumprir as normas relativas à vigilância sanitária;
V - elaborar e divulgar relatórios periódicos sobre suas atividades;
VI - julgar, em grau de recurso, as decisões da Agência, mediante provocação dos interessados;
VII - encaminhar os demonstrativos contábeis da Agência aos órgãos competentes.

§ 1º A Diretoria reunir-se-á com a presença de, pelo menos, três Diretores, dentre eles o Diretor-Presidente ou seu substituto legal, e deliberará por maioria simples.
§ 2º Dos atos praticados pela Agência caberá recurso à Diretoria Colegiada, com efeito suspensivo, como última instância administrativa." (NR)
"Art. 16. Compete ao Diretor-Presidente:
I - representar a Agência em juízo ou fora dele;
II - presidir as reuniões da Diretoria Colegiada;
III - decidir **ad referendum** da Diretoria Colegiada as questões de urgência;
IV - decidir em caso de empate nas deliberações da Diretoria Colegiada;
V - nomear e exonerar servidores, provendo os cargos efetivos, em comissão e funções de confiança, e exercer o poder disciplinar, nos termos da legislação em vigor;
VI - encaminhar ao Conselho Consultivo os relatórios periódicos elaborados pela Diretoria Colegiada;
VII - assinar contratos, convênios e ordenar despesas;
VIII - elaborar, aprovar e promulgar o regimento interno, definir a área de atuação das unidades organizacionais e a estrutura executiva da Agência;
IX - exercer a gestão operacional da Agência." (NR)
"Art. 19. A Administração da Agência será regida por um contrato de gestão, negociado entre o seu Diretor-Presidente e o Ministro de Estado da Saúde, ouvidos previamente os Ministros de Estado da Fazenda e do Planejamento, Orçamento e Gestão, no prazo máximo de cento e vinte dias seguintes à nomeação do Diretor-Presidente da autarquia.
....."(NR)
"Art.22.....
.....
X - os valores apurados em aplicações no mercado financeiro das receitas previstas nos incisos I a IV e VI a IX deste artigo.
....." (NR)
"Art.23.....
.....
4º A taxa deverá ser recolhida nos termos dispostos em ato próprio da ANVISA.
.....
6º Os laboratórios instituídos ou controlados pelo Poder Público, produtores de medicamentos e insumos sujeitos à Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, à vista do interesse da saúde pública, estão isentos do pagamento da Taxa de Fiscalização de Vigilância Sanitária.

§ 7º Às renovações de registros, autorizações e certificados aplicam-se as periodicidades e os valores estipulados para os atos iniciais na forma prevista no Anexo.

§ 8º O disposto no § 7º aplica-se ao contido nos §§ 1º a 8º do art. 12 e parágrafo único do art. 50 da Lei nº 6.360, de 1976, no § 2º do art. 3º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, e § 3º do art. 41 desta Lei." (NR)

"Art. 30. Constituída a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, com a publicação de seu regimento interno pela Diretoria Colegiada, ficará a Autarquia, automaticamente, investida no exercício de suas atribuições, e extinta a Secretaria de Vigilância Sanitária." (NR)

"Art.41.....

1º A Agência poderá conceder autorização de funcionamento a empresas e registro a produtos que sejam aplicáveis apenas a plantas produtivas e a mercadorias destinadas a mercados externos, desde que não acarretem riscos à saúde pública.

§ 2º A regulamentação a que se refere o **caput** deste artigo atinge inclusive a isenção de registro.

§ 3º As empresas sujeitas ao Decreto-Lei nº 986, de 1969, ficam, também, obrigadas a cumprir o art. 2º da Lei nº 6.360, de 1976, no que se refere à autorização de funcionamento pelo Ministério da Saúde e ao licenciamento pelos órgãos sanitários das Unidades Federativas em que se localizem." (NR)

Art. 2º A Lei nº 9.782, de 1999, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos:

"Art. 41-A. O registro de medicamentos com denominação exclusivamente genérica terá prioridade sobre o dos demais, conforme disposto em ato da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária." (NR)

"Art. 41-B. Quando ficar comprovada a comercialização de produtos sujeitos à vigilância sanitária, impróprios para o consumo, ficará a empresa responsável obrigada a veicular publicidade contendo alerta à população, no prazo e nas condições indicados pela autoridade sanitária, sujeitando-se ao pagamento de taxa correspondente ao exame e à anuência prévia do conteúdo informativo pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária." (NR)

Art. 3º O Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde ficará subordinado tecnicamente à Agência Nacional de Vigilância Sanitária e administrativamente à Fundação Oswaldo Cruz.

Parágrafo único. As nomeações para os cargos em comissão e as designações para as funções gratificadas do Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde serão de competência do Ministro de Estado da Saúde, por

indicação do Diretor-Presidente da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ouvido o Presidente da Fundação Oswaldo Cruz.

Art. 4º Os alimentos importados em sua embalagem original terão como data limite para regularização de sua situação de registro junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária o dia 1º de março de 2000.

Art. 5º Os servidores efetivos dos quadros de pessoal do Ministério da Saúde e da Fundação Nacional de Saúde, em exercício, em 31 de dezembro de 1998, na Secretaria de Vigilância Sanitária e nos Postos Aeroportuários, Portuários e de Fronteiras ficam redistribuídos para a Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

§ 1º Os servidores da Fundação Nacional de Saúde, redistribuídos consoante o disposto no **caput** , serão enquadrados no mesmo plano de cargos dos servidores oriundos do Ministério da Saúde.

§ 2º Caso o resultado do enquadramento de que trata o § 1º gere valores inferiores aos anteriormente percebidos, a diferença será paga como vantagem nominalmente identificada, aplicando-se-lhe os mesmos percentuais de revisão geral ou antecipação do reajuste de vencimento.

Art. 6º O Anexo II da Lei nº 9.782, de 1999, passa a vigorar na forma do Anexo a esta Medida Provisória.

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....

.....

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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art . 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

Art. 9º Os arts. 3º, 18 e 57 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.3º.....

.....

XX - Medicamento Similar - aquele que contém o mesmo ou os mesmos princípios ativos, apresenta a mesma concentração, forma farmacêutica, via de administração, posologia e indicação terapêutica, e que é equivalente ao medicamento registrado no órgão federal responsável pela vigilância sanitária, podendo diferir somente em características relativas ao tamanho e forma do produto, prazo de validade, embalagem, rotulagem, excipientes e veículos, devendo sempre ser identificado por nome comercial ou marca;

.....

Parágrafo único. No caso de medicamentos genéricos importados, cujos ensaios de bioequivalência foram realizados fora do País, devem ser apresentados os ensaios de dissolução comparativos entre o medicamento-teste, o medicamento de referência internacional utilizado no estudo de bioequivalência e o medicamento de referência nacional." (NR)

"Art.18.....

1º Na impossibilidade do cumprimento do disposto no **caput** deste artigo, deverá ser apresentada comprovação do registro em vigor, emitida pela autoridade sanitária do país em que seja comercializado ou autoridade sanitária internacional e aprovado em ato próprio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde.

§ 2º No ato do registro de medicamento de procedência estrangeira, a empresa fabricante deverá apresentar comprovação do cumprimento das Boas Práticas de Fabricação, reconhecidas no âmbito nacional." (NR)

"Art.57.....

Parágrafo único. Além do nome comercial ou marca, os medicamentos deverão obrigatoriamente exibir, nas peças referidas no **caput** deste artigo, nas embalagens e nos materiais promocionais a Denominação Comum Brasileira ou, quando for o caso, a Denominação Comum Internacional, em letras e caracteres com tamanho nunca inferior à metade do tamanho das letras e caracteres do nome comercial ou marca." (NR)

Art . 10. O **caput** do art. 2º da Lei nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º O órgão federal responsável pela vigilância sanitária regulamentará, no prazo de cento e oitenta dias, contado a partir de 11 de fevereiro de 1999:" (NR)

Art. 11. Às distribuidoras de medicamentos aplica-se o disposto no art. 15 da Lei nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973.

Art. 12. Os arts. 2º e 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

XII - Imposição de mensagem retificadora;

XIII - suspensão de propaganda e publicidade.

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator." (NR)

"Art.10.....

.....

V.....

pena - advertência, proibição de propaganda, suspensão de venda, imposição de mensagem retificadora, suspensão de propaganda e publicidade e multa." (NR)

.....

XVIII - importar ou exportar, expor à venda ou entregar ao consumo produtos de interesse à saúde cujo prazo de validade tenha se expirado, ou apor-lhes novas datas, após expirado o prazo;

.....

XXVIII.....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto, interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para o

funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXIX.....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto; suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXX.....

pena - advertência, apreensão e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto e interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXXI.....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou de fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento; cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXXII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por empresas administradoras de terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas à importação ou exportação, por pessoas física ou jurídica, de matérias-primas ou produtos sob vigilância sanitária:

pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;

XXXV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas a estabelecimentos e às boas práticas de fabricação de matérias-primas e de produtos sob vigilância sanitária:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVI - proceder a mudança de estabelecimento de armazenagem de produto importado sob interdição, sem autorização do órgão sanitário competente:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVII - proceder a comercialização de produto importado sob interdição:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVIII - deixar de garantir, em estabelecimentos destinados à armazenagem e/ou distribuição de produtos sob vigilância sanitária, a manutenção dos padrões de identidade e qualidade de produtos importados sob interdição ou aguardando inspeção física:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXIX - interromper, suspender ou reduzir, sem justa causa, a produção ou distribuição de medicamentos de tarja vermelha, de uso continuado ou essencial à saúde do indivíduo, ou de tarja preta, provocando o desabastecimento do mercado:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;
XL - deixar de comunicar ao órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde a interrupção, suspensão ou redução da fabricação ou da distribuição dos medicamentos referidos no inciso XXXIX:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;
XLI - descumprir normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais

alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículo terrestres:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa.

.....

" (NR)

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art . 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

DECRETO Nº 3.510, DE 16 DE JUNHO DE 2000

Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre a *padronização, a classificação, o registro, a* inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no exercício do cargo de PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994,

DECRETA:

Art 1º O Regimento aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.8º.....

.....

2º O xarope e o preparado sólido para refresco, que não atender ao ***caput*** deste artigo, será denominado "artificial".

§ 3º A bebida a que se refere o parágrafo anterior terá sua denominação seguida da palavra "artificial" e da expressão "sabor de ...", acrescida do nome da matéria-prima substituída, declarada de forma legível e visível e em dimensões gráficas mínimas correspondendo à metade da maior letra do maior termo gráfico usado para os demais dizeres, excetuando-se a marca.

....."(NR)

"Art. 10. As bebidas serão classificadas em bebida não alcoólica e bebida alcoólica.

§ 1º Bebida não alcoólica é a bebida com graduação alcoólica até meio por cento em volume, a vinte graus Celsius.

§ 2º Bebida alcoólica é a bebida com graduação alcoólica acima de meio e até cinquenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius.

§ 3º Para efeito deste Regimento a graduação alcoólica de uma bebida será expressa em porcentagem de volume de álcool etílico, à temperatura de vinte graus Celsius." (NR)

"Art.19.....

.....

7º O lote ou partida e o prazo de validade poderão ser informados, de forma legível e visível, em qualquer parte externa do recipiente da bebida, inclusive na parte plana da cápsula ou outro material empregado na vedação do recipiente, exceto na parte rugosa da cápsula de vedação.

....." (NR)

"Art. 21. Na rotulagem de bebida dietética, deverá constar a expressão "Bebida Dietética" e na rotulagem de bebida de baixa caloria, a expressão "Bebida de Baixa Caloria", em tipos não inferiores a um quinto do tipo de letra de maior tamanho e da mesma cor da marca, além dos dizeres obrigatórios estabelecidos neste Regulamento.

.....

2º Quando houver adição de aspartame, deverá constar na rotulagem a expressão "contém fenilalanina".

....."(NR)

"Art.27.....

Parágrafo único. Quando houver adição de aspartame, deverá constar na rotulagem a expressão "contém fenilalanina". (NR)

"Art.28.....

.....

8° O veículo e o recipiente a serem usados no transporte de matéria-prima a granel deverão atender aos requisitos técnicos destinado a impedir a alteração e a contaminação do produto." (NR)

"Art.30.....

Parágrafo único. O veículo e o recipiente a serem usados no transporte de bebida a granel deverão atender aos requisitos técnicos destinados a impedir a alteração e a contaminação do produto." (NR)

"Art.33.....

1° Para os efeitos deste artigo, será obrigatória a apresentação dos Certificados de Origem e de Análise, expedidos por organismo oficial ou credenciado por órgão governamental do país de origem da bebida estrangeira, além da análise de controle, por amostragem, pelo Ministério da Agricultura e do Abastecimento.

§ 2° A análise de controle referida no parágrafo anterior não se aplica às bebidas oriundas de países nos quais o Brasil mantém reconhecimento de equivalência dos serviços de inspeção, ressalvados os casos que possam comprometer a integridade e a qualidade do produto e a saúde do consumidor." (NR)

"Art.40.....

.....

III - ao suco poderá ser adicionado açúcar na quantidade máxima fixada para cada tipo de suco, através de ato administrativo, observado o percentual máximo de dez por cento, calculado em gramas de açúcar por cem gramas de suco.

.....

6° Suco tropical é o produto obtido pela dissolução, em água potável, da polpa de fruta polposa de origem tropical, não fermentado, de cor, aroma sabor característicos da fruta, através de processo tecnológico adequado, submetido a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento de consumo.

§ 7° Os teores de polpa e as frutas utilizadas na elaboração do suco tropical serão fixados em ato administrativo do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, devendo ser superiores aos estabelecidos para o néctar da respectiva fruta.

§ 8° Poderá ser declarado no rótulo a expressão "suco pronto para beber", ou expressões semelhantes, quando ao suco tropical for adicionado açúcar." (NR)

"Art. 44. Refresco ou bebida de fruta ou de vegetal é a bebida não gaseificada, não fermentada, obtida pela diluição, em água potável,

do suco de fruta, polpa ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar.

.....

8º O refresco ou a bebida de fruta que não contiver açúcar deverá mencionar no rótulo, em caracteres visíveis e legíveis, a expressão "sem açúcar". (NR)

"Art.46.....

Parágrafo único. Soda aromatizada é a água potável gaseificada com dióxido de carbono, com pressão superior a duas atmosferas, a vinte graus Celsius, devendo ser adicionada de aromatizantes naturais e podendo ser adicionada de sais." (NR)

"Art. 49. Preparado líquido o concentrado líquido para refresco é o produto que contiver suco, polpa ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar, adicionado de água potável para o seu consumo.

.....

4º O preparado líquido ou concentrado líquido para refresco que não contiver açúcar deverá mencionar no rótulo, em caracteres visíveis e legíveis, a expressão "sem açúcar". (NR)

"Art. 50. O preparado líquido ou concentrado líquido para refrigerante é o produto que contiver suco ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar, adicionado de água potável gaseificada para o seu consumo.

.....

3º O preparado líquido ou concentrado líquido para refrigerante que não contiver açúcar deverá mencionar no rótulo, em caracteres visíveis e legíveis, a expressão "sem açúcar". (NR)

"Art. 51. Preparado líquido para mistura em bebidas é o produto à base de sucos, extratos vegetais ou aromas, isolados ou em conjunto e água potável, podendo ser adicionado de açúcares e aditivos previstos em atos administrativos."(NR)

"Art. 52. Preparado sólido para mistura em bebidas é o produto à base de sucos, extratos vegetais ou aromas, isolados ou em conjunto, podendo ser adicionado de açúcares e aditivos previstos em atos administrativos."(NR)

"Art. 62. Para fins deste Regulamento, entende-se como bebida dietética e bebida de baixa caloria a bebida não alcoólica e hipocalórica, devendo ter o conteúdo de açúcares, adicionado normalmente na bebida convencional, inteiramente substituído por edulcorante hipocalórico ou não calórico, naturais ou artificiais." (NR)

Parágrafo único. Os padrões de identidade e qualidade para as bebidas dietéticas e para as bebidas de baixa caloria serão fixados pelo Ministério da Agricultura e do Abastecimento, em consonância com as normas de competência do Ministério da Saúde." (NR)

"Art.73.....

1º A sidra poderá ser gaseificada, sendo proibida a denominação sidra-champanha ou expressão semelhante.
§ 2º A sidra poderá ser desalcoolizada através de processo tecnológico físico adequado." (NR)
"Art. 81. Bebida alcoólica mista ou coquetel (***cocktail***) é a bebida com graduação alcoólica de meio a cinquenta e quatro por cento em volume, e vinte graus Celsius, obtida pela mistura de uma ou mais bebidas alcoólicas, ou álcool etílico potável de origem agrícola, ou destilados alcoólicos simples com outras bebidas não alcoólicas, ou sucos de frutas, ou frutas maceradas, ou xarope de frutas, ou outras substâncias de origem vegetal ou animal, ou de ambas, permitidas em ato administrativo próprio." (NR)

.....

5º Preparado líquido alcoólico para mistura em bebidas é o produto obtido de sucos, extratos vegetais ou aromas, isolados ou em conjunto, e água potável, podendo ser adicionado de açúcares e aditivos previstos em atos administrativos." (NR)
"Art.102.....
1º.....
.....
b) " *London dry gin* ", quando gin destilado seco.
....."(NR)
"Art. 112. A inspeção e a fiscalização serão exercidas por Fiscal de Defesa Agropecuária, credenciado pelo órgão central a atividade do Ministério da Agricultura e do Abastecimento:
I - nos estabelecimentos de produção, importação, exportação, preparação, manipulação, beneficiamento, acondicionamento, depósito, distribuição de bebidas, comércio, cooperativas, atacadistas, bem como portos, aeroportos e postos de fronteiras;
....."(NR)
"Art. 119. Para efeito de desembaraço aduaneiro de bebida estrangeira, proceder-se-á à análise de controle no produto por amostragem, adotando-se, em caso de descumprimento das normas nacionais, os procedimentos de que trata o art. 117 deste Regulamento."(NR)
"Art.120.....
1º A perícia de contraprova deverá ser requerida ao órgão fiscalizador no prazo máximo de vinte dias, contados da data do recebimento do resultado da análise condenatória.

.....

5º A perícia de contraprova não excederá o prazo de trinta dias, contados da data do recebimento do requerimento pelo órgão competente, salvo quando condições técnicas supervenientes exigirem a sua prorrogação." (NR)
"Art.129.....
.....

XI - deixar de cumprir o disposto nos §§ 2º e 4º do art. 28 deste Regulamento;

....."(NR)

"Art. 151. Juntada a defesa ou o termo de revelia ao processo, o Chefe do Serviço de Inspeção Vegetal, ou do Serviço de Inspeção Vegetal ou Animal, da Unidade da Federação de jurisdição da ocorrência da infração, terá o prazo máximo de trinta dias para instrui-lo com relatório e proceder o julgamento." (NR)

"Art.155.....

.....

2º A decisão de Segunda Instância será proferida dentro de trinta dias, contados do recebimento do recurso pela autoridade julgadora, sob pena de responsabilidade."(NR)

Art 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art 3º Revoga-se o art. 76 do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997.

Brasília, 16 de junho de 2000; 179º da Independência e 112º da República.
MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA MACIEL
Marcus Vinicius Pratini de Moraes

LEI Nº 8.918, DE 14 DE JULHO DE 1994

Dispõe sobre a Padronização, a Classificação, o Registro, a Inspeção, a Produção e a Fiscalização de Bebidas, Autoriza a Criação da Comissão Intersetorial de Bebidas e dá outras providências.

Art. 1º É estabelecida, em todo o território nacional, a obrigatoriedade do registro, da padronização, da classificação, da inspeção e da fiscalização da produção e do comércio de bebidas.

Parágrafo único. A inspeção e a fiscalização de que trata esta Lei incidirão sobre:

I - Inspeção:

a) equipamentos e instalações,sob os aspectos higiênicos, sanitários e técnicos;

b) embalagens, matérias-primas e demais substâncias, sob os aspectos higiênicos, sanitários e qualitativos;

II - Fiscalização:

a) estabelecimentos que se dediquem à industrialização, à exportação e importação dos produtos objeto desta Lei;

b) portos, aeroportos e postos de fronteiras;

c) transporte, armazenagem, depósito, cooperativa e casa atacadista; e

d) quaisquer outros locais previstos na regulamentação desta Lei.

Art. 2º O registro, a padronização, a classificação, e, ainda, a inspeção e a fiscalização da produção e do comércio de bebidas, em relação aos seus aspectos tecnológicos, competem ao Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.315, DE 2004

(Do Sr. João Castelo)

Obriga a inclusão, nas peças publicitárias de bares ou eventos que incentivem o consumo de bebidas alcóolicas, de advertências sobre os riscos e possíveis conseqüências por dirigir alcoolizado.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É obrigatória a inclusão, nas peças publicitárias de bares ou eventos que incentivem o consumo de bebidas alcóolicas, de advertências, enfatizando, dentre outras informações relevantes:

I - os riscos físicos, morais e patrimoniais para o condutor que dirigir alcoolizado, para os passageiros que estiver conduzindo e para terceiros, transeuntes ou não;

II - as possíveis conseqüências jurídicas, inclusive a eventual tipificação de crime doloso, bem como financeiras, de responsabilidade do condutor.

Parágrafo único. As advertências mencionadas no *caput* serão definidas, pelo Poder Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias contados da publicação oficial da presente lei.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição visa a estender, aos consumidores de bebidas alcóolicas, os benefícios da legislação quase análoga que obriga a que os fabricantes de cigarros façam constar, nos maços respectivos, mensagens de alerta sobre o mal que o derivado do tabaco pode causar à saúde.

No caso, o prejuízo à saúde é, principalmente, em termos das conseqüências que o consumo excessivo pode acarretar no trânsito. Como se sabe, parte muito significativa dos acidentes de automóveis decorrem da direção imprudente, quando o motorista se encontra alcoolizado e não tem perfeito controle do volante.

Além disso, para ser efetiva a disposição legal, mais que inserir dizeres nos rótulos das garrafas, o que se vislumbra é a necessidade de que os alertas sobre os riscos e conseqüências de dirigir alcoolizado sejam evidenciados nas propagandas e peças de divulgação, escrita ou falada, dos locais onde se estará incentivando o consumo de álcool.

Como se trata de iniciativa que, imaginamos, é de alto valor e alcance social, contamos com a aprovação de nossos nobres Pares ao Projeto de Lei ora submetido a esta Casa Parlamentar.

Sala das Sessões, em 6 de abril de 2004.

Deputado João Castelo

PROJETO DE LEI N.º 3.321, DE 2004

(Do Sr. Jefferson Campos)

Obriga os fabricantes de bebidas alcoólicas a informar os males causados pelo consumo nas embalagens dos produtos.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.
APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga os fabricantes de bebidas alcoólicas a informar os males causados pelo consumo nas embalagens dos produtos que comercializam.

Art. 2º Ficam os fabricantes de bebidas alcoólicas, em todas as suas modalidades, obrigados a inserir rótulo com informações sobre os males causados pelo consumo do álcool.

Parágrafo único. Os importadores de bebidas alcoólicas equiparam-se aos fabricantes nacionais para os efeitos de que trata esta lei.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O problemas causados pelo consumo de álcool são conhecidos de todos nós, bem como o drama por que passam milhares de famílias quando tem em seu seio uma pessoa dependente do consumo deste tipo de bebida que é a "droga" legalizada e socialmente aceita.

É claro que não esperamos que a inserção de um simples rótulo vá eliminar o problema do alcoolismo. No entanto, acreditamos piamente que a informação e a educação são grandes aliados no combate ao problema e, principalmente, na prevenção do mesmo.

Dessa forma, cremos que um aviso de alerta claro e ostensivo irá colaborar em muito para tomada de consciência dos que já são consumidores do produto e servirá de anteparo para aqueles, sobretudo os jovens, que utilizam o produto "socialmente".

Assim, pedimos apoio dos nobres pares para aprovação desta importante proposição para toda sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em 6 de abril de 2004.

Deputado Jefferson Campos

PROJETO DE LEI N.º 3.474, DE 2004

(Do Sr. Chico da Princesa)

Proíbe a fabricação, importação e comercialização de cigarros no Brasil

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º Esta lei proíbe a fabricação, importação e comercialização de cigarros no Brasil.

Art 2º Fica proibida a fabricação, importação e comercialização de cigarros em todo território nacional.

Art 3º A fabricação, importação e comercialização de cigarros sujeita o infrator as seguintes penalidades:

I- multa de R$ 10.000, 00 (dez mil reais);

II- multa de R$ 100.000, 00 (cem mil reais) na primeira reincidência;

III- suspensão do alvará de funcionamento por seis meses, na segunda reincidência.

IV- Cassação do alvará de funcionamento, na terceira reincidência.

Art 4º O poder executivo regulamentará esta lei em 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

Art 5º Esta lei entra em vigor 120 (cento e vinte) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Todos somos conhecedores dos males causados pelo consumo de tabaco, sobretudo o cigarro, para a saúde do ser humano. Doenças as mais diversas se originam no uso continuado deste produto. Nos países do primeiro mundo, sobretudo nos Estados Unidos da América, as empresas produtoras de cigarros pagam milhões de dólares em indenizações, indicando claramente que já é reconhecida na justiça do país tecnologicamente mais evoluído do mundo os problemas irreversíveis que o cigarro causa à saúde humana.

O pior é que não somente os fumantes são atingidos pelo problema, até mesmo os não fumantes são vítimas, pois ao estarem no mesmo ambiente do fumante passam a respirar a fumaça resultante da queima do tabaco e a inspirar mesmo sem querer, são os fumantes passivos.

Poderíamos escrever por horas sobre os males que o tabaco, especialmente o cigarro, causam a milhares de vítimas que se enredam no vício, mas acreditamos na consciência dos nobres pares para nos apoiar nesta empreitada de cortar pela raiz este profundo mal da sociedade que é o consumo de cigarros.

Sala das Sessões, em 5 de maio de 2004

DEPUTADO CHICO DA PRINCESA

PROJETO DE LEI N.º 3.529, DE 2004

(Do Sr. Leônidas Cristino)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de mensagens de advertência em garrafas de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É obrigatória a inscrição da mensagem "SE BEBER NÃO DIRIJA", nos rótulos das garrafas de bebidas alcoólicas.

Parágrafo único. A inscrição deverá estar localizada no rótulo principal, ou atrás deste, na parte posterior da garrafa, e impressa em caracteres de tamanho destacado.

Art. 2º - O Poder Executivo regulamentará esta Lei em noventa dias.

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

Art. 4º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Segundo a Associação Brasileira de Medicina do Tráfego, ocorrem no Brasil, anualmente, cerca de 1.000.000 (um milhão) de acidentes automobilísticos, nos quais, aproximadamente 50.000 (cinqüenta mil) pessoas morrem e 300.000 (trezentos mil) ficam feridas, algumas com seqüelas permanentes.

Apesar de alarmantes, esses números talvez não expressem a realidade, que pode ser ainda mais cruel. Devido ao grande número de acidentes não registrados, é possível que os números sejam mais expressivos.

Já foram realizados estudos, no País, que concluem que, na maior parte das vezes, a responsabilidade pelo acidente é do condutor, sendo que não é desprezível o número de vezes em que o responsável está alcoolizado. Nas noites de sexta-feira, quando se inicia o fim de semana, o número de acidentes de trânsito começa a aumentar, chegando mesmo a triplicar, ao fim de três dias. Este é justamente o período em que o consumo de bebidas alcoólicas aumenta.

O hábito de beber e dirigir é tão aceito pela nossa cultura que nunca causa estranheza o cidadão conduzir seu veículo após uns drinques e ainda é incentivado pelos anfitriões, companheiros e amigos que sempre insistem em "mais um copo", antes de deixá-lo sair, como um sinal de hospitalidade e simpatia.

A legislação de trânsito em vigor permite a ingestão de até 0,8 decigramas de álcool, por litro de sangue, no motorista. No entanto, poucas vezes é verificado se o causador do acidente ou atropelamento estava alcoolizado no momento do evento. O teste para verificação do nível de alcoolemia do condutor, raramente, é realizado, o que justifica a baixa representatividade relativa nas estatísticas de acidentes provocados por motoristas embriagados. Quando não forem do flagrante, somente são detidos para a verificação do estado de alcoolemia, os motoristas que escapam ilesos dos acidentes. Os demais encontram nos hospitais um refúgio, pois os atendimentos de emergência terminam por prevalecer sobre qualquer outro tipo de procedimento.

Estudos de medicina afirmam que mesmo pequenas doses de álcool no organismo provocam a diminuição dos reflexos e do tempo de reação a sinais luminosos, menor rendimento do trabalho muscular e da coordenação motora. Além disso, ficam prejudicadas a atenção, a memorização, o cálculo e há, perigosamente, o aumento da confiança em si próprio, em um momento em que a eficiência do indivíduo está comprometida. Isso faz com que o sujeito embriagado tenha um comportamento mais audaz e imprudente por se achar mentalmente lúcido e mais confiante de suas habilidades.

A incompatibilidade entre o álcool e a direção é evidente. O desestímulo a sua combinação poderia evitar inúmeras dores aos brasileiros, poupando vidas, principalmente, de jovens e tirar o País do desenroso destaque entre as nações de trânsito mais violento.

Acreditamos, que determinados hábitos de um povo podem ser modificados através de campanhas, de fiscalização eficiente e punição rigorosa. O papel de educador, no caso, cabe, principalmente, ao Poder Público, que tem a obrigação de alertar os consumidores sobre o perigo de se dirigir em caso de ingestão de bebidas alcoólicas.

O Projeto de Lei, que ora propomos, determina a adoção de uma medida simples que não provoca despesa para o Governo. A obrigatoriedade do fabricante de bebidas alcoólicas em advertir, na embalagem do seu produto, que o consumidor não deve dirigir se beber, seguiria a mesma orientação das mensagens sobre o mal que o fumo pode causar à saúde, contidas nas embalagens de cigarro.

Dessa forma, contamos com o apoio dos nobres colegas à proposição que ora encaminhamos.

Sala das Sessões, em 12 de maio de 2004
Deputado LEÔNIDAS CRISTINO

PROJETO DE LEI N.º 3.682, DE 2004

(Do Sr. Aracely de Paula)

Altera a Lei nº 9.294, de 1996, acrescentado-lhe dispositivo que proíbe a venda de cigarros e similares em estabelecimentos situados em locais onde são proibidos o uso dos mesmos.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta lei altera a Lei nº 9.294, 1.996, acrescentando dispositivo que proíbe a venda de cigarros e similares em estabelecimentos situados em locais onde são proibidos o uso dos mesmos.

Art. 2º O inciso VIII do art. 3º-A da Lei nº 9.294, de 15 de setembro de 1.996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art.3º-A.....

.....

VIII – "nos locais onde seja proibido o uso de quaisquer produtos fumígeros, conforme o disposto no artigo 2º desta lei, fica proibida a comercialização dos mesmos. (NR)".

Art. 3° Esta lei entra em vigor 30 (trinta) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os malefícios do cigarro e seus similares têm sido objeto de uma crescente mobilização da sociedade através de órgãos governamentais e não – governamentais. Campanhas intensivas de cunho científico e farta divulgação através da mídia têm alertado constantemente a população brasileira para os males irreparáveis do tabagismo.

Certamente essa mobilzação se faz alicerçada na comprovação de índices científicos que demonstram que o uso do cigarro é uma das maiores causas da degradação da saúde da pessoa humana e a prejudica desde o seu nascimento e a acompanha em todas as etapas de modo degenerativo, precipitando-lhe prematuramente à morte.

O legislador refletindo esse sentimento transforma em lei restrições que impedem ou dificultam o uso indiscriminado do cigarro.

A lei é boa, é firme e pretende se transformar no escudo legal desta luta que visa preservar não apenas o usuário, mas todos aqueles que de uma forma ou outra convivem ou até possam dividir o mesmo espaço ou lugar.

As medidas inibidoras são cada vez mais criativas e abrangentes.

Considerando que aqueles que de uma forma ou de outra possam usufruir qualquer lucro ou vantagem com a comercialização e a disseminação do tabagismo, estes não contestam nem discutem o mérito e a verdade desta luta declarada contra o cigarro, nos leva à certeza de que esta acomodação é um atestado evidente de que até eles concordam e aceitam os argumentos que fulminam a prática do tabagismo.

Inúmeros são os argumentos que poderiam ser elencados em favor desta politização social e cruzada cívica em favor da saúde, do justo rigor dos diplomas e regulamentos que vão inibindo esta prática tão nociva, não apenas às pessoas, como ao próprio ambiente em que elas vivem.

Acreditamos que diante dessas verdades irrefutáveis e não contestadas o melhor seria extirpar o mal pela raiz, ou seja, proibir definitivamente a fabricação e a comercialização do cigarro e seus derivados como de resto já se faz com outros tipos de drogas que causam dependência e a infelicitam o meio social.

Entendemos que a ação de governo refletindo essa justa repulsa social poderia ter chegado à medida extrema da proibição, uma vez que, razão, moral nem amparo legal lhe faltam.

A Câmara dos Deputados, poder legiferante que é por direito e conceito doutrinário, representante do povo, engajando-se nesta campanha toma medidas administrativas que sem dúvida terão ressonância pelo país e podem servir de exemplo para diversos setores sociais.

Finalmente, acreditamos que quem pode o mais pode o menos. Se não se quer proibir a produção do cigarro que se discipline pelo menos de maneira rigorosa a sua distribuição e o seu acesso à população.

Acreditamos que neste momento, uma medida de ordem legal, impositiva possa externar o pensamento do legislador.

Se é vedado fumar em determinados locais e esses espaços vão se multiplicando num verdadeiro cerco ao tabagismo, a contribuição desse projeto é no sentido de se proibir definitivamente a venda e a comercialização em todos aqueles locais onde a própria inteligência social entende ser proibida a prática do tabagismo.

Proibir, vender cigarros em aeroportos, shoppings, restaurantes, lanchonetes de hospitais, órgãos públicos, etc... será no mínimo demonstrar que estamos mudando do conceito para a prática, do subjetivo para uma ação concreta.

Sala das Sessões, em 01 de junho de 2004.

Deputado Aracely de Paula

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. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003*

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*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.919, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

"Estabelece condições para a circulação e comercialização de bebidas alcoólica e dá outras providências."

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas colocadas no mercado de consumo, farão constar de maneira ostensiva, adequada, clara e precisa nas embalagens dos referidos produtos, as expressões:

I – "PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 ANOS";

II – "O USO IMODERADO DESTA SUBSTÂNCIA CAUSA DIVERSOS MALES À SUA SAÚDE".

§ 1º - Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito desta lei, no que tange ao inciso II, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a 5 (cinco) graus Gay Lussac.

§ 2º - Ficam proibidas a circulação para a distribuição interna e a comercialização de produtos cujos rótulos ou embalagens não estejam de acordo com o disposto neste artigo.

Art. 2º - Os fabricantes e distribuidores de bebidas alcoólicas adequarão as embalagens dos seus produtos ao exigido nesta lei no prazo de cento e oitenta dias a contar da data de sua publicação.

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

Art. 4º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O projeto de lei que submeto para apreciação de Vossas Excelências, tem como escopo, estabelecer condições aos fabricantes e distribuidores para circulação e comercialização, no mercado de consumo, de bebidas que contenham substâncias etílicas, bem como proteger os consumidores de tais substâncias.

Para tanto, à luz dos Arts. 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal, ambos regulamentados pela Lei Federal nº 8.078/90, que dispõe sobre a proteção do consumidor de bens e serviços e dá outras providências, busco disciplinar especificando a supra-referida Lei Federal, a distribuição e comercialização de bebidas para o consumo humano.

Desta forma, o duplo efeito procurado pelo presente projeto de lei é chamar a atenção, de forma geral, da comunidade sobre os males causados à saúde pelo uso imoderado de bebidas alcoólicas, e, de forma específica, dos menores de idade que são proibidos de consumirem tais substâncias.

Em nível pessoal-individual, o álcool causa dependências físicas e psicológicas, o que, com o passar do tempo, deteriora diversos órgãos do corpo, prejudicando suas respectivas funções. Além disso, a dependência enseja incontáveis problemas familiares, instigando a violência doméstica.

Em nível social, os males são ainda mais patentes, na medida em que, do total de mortes ocorridas com violência e periciadas no IML, grande porcentagem dos laudos necropsiais constam à existência de substâncias etílicas no cadáver. É público e notório que, dos acidentes ocorridos em nossas vias públicas, grande parte deles deve-se ao uso imoderado e inadequado de álcool, vitimando, além de suas próprias vidas, de outro inocentes que não contribuíram para o acidente.

Diante do aqui exposto, e do grande alcance social da presente proposição solicito o apoio dos nobres Pares, para aprovação da presente medida.

Sala das Sessões, em 7 de julho de 2004.

Deputado CARLOS NADER
PFL-RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO
da
República Federativa do Brasil
1988

.....

TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art.5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

.....

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

.....

TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

**Inciso VI com redação dada pela Emenda Constitucional nº 42 de 19 de dezembro de 2003*

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

** Inciso IX com redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 15/08/1995*

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos artigos 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.112, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

Proíbe a ingestão de bebidas alcoólicas nos postos de gasolina localizados nas áreas urbanas.

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Fica proibida a ingestão de bebidas alcoólicas em postos de combustíveis e serviços, bem como em suas lojas de conveniência, localizados nas áreas urbanas.

Art. 2º - O estabelecimento que descumprir esta lei estará sujeito a multa de 2.500 (dois mil e quinhentas) Unidades Fiscais de Referencia – UFIR's, que será aplicada em dobro no caso de reincidência.

Art. 3º - Os valores arrecadados com as multas serão destinados a programas de redução de violência no trânsito.

Art. 4º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Nossa sociedade é rígida quando se fala em drogas ilícitas, mas complacente em relação às lícitas, como o álcool. O nível de controle das autoridades quanto ao consumo de bebidas é bem menor.

Direção e bebida não combinam. Geralmente quando alguém pára em um posto de gasolina, onde estão localizadas as lojas de conveniência, está dirigindo, e estas lojas acabam se tornando um forte atrativo para a ingestão de bebidas alcoólicas.

A presente proposição visa, portanto, combater o consumo de bebidas alcoólicas nas dependências do posto de gasolina, principalmente, por jovens, pois tornou-se uma prática comum de nossa juventude parar nos postos de combustíveis para consumir bebidas alcoólicas, principalmente cerveja.

Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres colegas para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em 08 de setembro de 2004.

Deputado Carlos Nader

PL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 4.391, DE 2004

(Do Sr. Enio Bacci)

Disciplina a comunicação publicitária, mercadológica e/ou institucional de bebidas alcoólicas, advertindo que "O ÁLCOOL EM EXCESSO FAZ MAL À SAÚDE E PODE LEVAR À DEPENDÊNCIA.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º As empresas produtoras de bebidas alcoólicas ficam obrigadas a inserir em toda sua comunicação publicitária, mercadológica e/ou institucional a advertência: "O ÁLCOOL EM EXCESSO FAZ À SAÚDE E PODE LEVAR À DEPENDÊNCIA", na forma definida nesta lei.

Art. 2º - Observar-se-á o disposto no artigo 1º desta, em mensagens publicitárias realizadas por meio de televisão, cinema, "vídeo tape", filmete, rádio, impressos em geral, painéis, letreiros, display broadside", móbile, bandeirolas, decalcomania, adesivos, "outdoor", assim como outras peças promocionais como materiais de ponto de venda, relógios públicos, painéis eletrônicos, mensagens de aeroporto, cabines telefônicas e demais.

§ 1º Na publicidade impressa deverá ser atendido as seguintes condições:

I – A mensagem de advertência do artigo 1º, deverá ser colocada de forma legível, em cores contrastantes e escritas em branco com fundo preto, ou vice-versa. A mensagem deverá ser circundada por uma faixa de cor branca ou preta, contrastante, com espessura mínima de 1 (um) milímetro.

II – A advertência terá tamanho correspondente a no mínimo 10% da mancha gráfica total do anúncio, não podendo ser inferior a 4,5 cm por 1,5 cm;

III - A colocação da advertência deverá ser no sentido normal de leitura, ou seja, paralelamente, da esquerda para direita.

§ 2º Na publicidade em meios eletrônicos, deverá ser atendido as seguintes condições:

I – Nas mensagens publicitárias de rádio a leitura da advertência deverá ser feita, imediatamente, após o "spot ou jingle", com duração mínima de 10% do tempo total da mensagem, não podendo ser inferior a 3 (três) segundos com locução diferenciada e plenamente audível;

II – Nas mensagens de televisão, "Vídeo tape" e cinema, deverá ser obedecidos os seguintes critérios:

A) O texto de advertência previsto no artigo 1°, será exibido em cartela única, com letras contrastantes e maiúsculas, assegurada a perfeita visibilidade e permanência imóvel no vídeo;

b) A cartela obedecerá ao gabarito RTV de filmagem reconhecida pela FENAPRO e/ou pela ABA e ABAP, no tamanho padrão de 36,5 cm por 27 cm (trinta e seis e meio por vinte e sete centímetros);

c) As letras na cartela serão de "corpo 38" e padrão "Univers medium", conforme reconhecidos por catálogos da FENAPRO, e/ou ABA e ABAP;

d) Os filmes ou "tapes" de bebidas alcoólicas, em seus comerciais de publicidade, deverão encerrar sempre com a exibição da cartela acima referida, permanecendo imóvel no vídeo por no mínimo 4 (quatro)segundos.

§ 3° Nas propagandas indiretas e institucionais, com somente o nome da marca ou empresa a advertência impressa seguirá disposto no art. 2° § 1°.

Art. 3° - Não poderão através de qualquer programa de entrevistas, jornalísticos, ou outros transmitidos ao vivo pelo rádio ou televisão, sugerir o consumo exagerado do álcool, assim como induzir ou associá-lo com o bem estar ou saúde.

Parágrafo Único – É vedada na produção de imagens ou sons, a participação de crianças ou adolescentes, bem como a elas dirigir-se.

Art. 4° - A Inobservância deste, configura infração de natureza sanitária, capitulada na Lei n.° 6.437 de 20 de agosto de 1977, sujeito o infrator as penalidades previstas, que vão desde advertência proibição de propaganda e/ou suspensão de venda, sem prejuízo as demais cominações legais pertinentes.

Art. 5° - Entra em vigor no prazo de 90 dias após sua publicação.

Art. 6° - Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, 10 de novembro de 2004

Deputado ENIO BACCI

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE

Configura Infrações à Legislação Sanitária Federal, Estabelece as Sanções Respectivas, e dá outras Providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.549, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre a impressão de aviso nos rótulos das bebidas alcoólicas alertando sobre os riscos de seu consumo durante a gravidez e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Todos os rótulos de bebidas alcoólicas comercializadas em território nacional, deverão conter o seguinte alerta contra os riscos de seu consumo durante a gravidez: **"O ÁLCOOL É PREJUDICIAL DURANTE A GRAVIDEZ".**

Parágrafo único – O cumprimento da disposição do *caput* deste artigo independe do seu teor alcoólico.

Art. 2º - No caso de descumprimento do disposto nesta Lei serão aplicadas as seguintes penalidades ao fabricante ou seu representante:

Parágrafo único. Multa de 2.000 UFIR'S, ou outra unidade que venha a substituí-la, duplicada em caso de reincidência;

Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O abuso ou consumo de álcool pela gestante a submete ao mesmo índice de risco que o álcool tem na população em geral. No entanto, representa riscos graves e únicos ao feto e está associado à síndrome alcoólica fetal.

A incidência da síndrome alcoólica fetal varia entre 1 em cada 1.500 e 1 em cada 600 nascimentos de bebês vivos. Esta ampla variação está relacionada às diferenças nas práticas de consumo. Uma gestante que bebe qualquer quantia de álcool está correndo risco, uma vez que um nível "seguro" de consumo de álcool durante a gestação não foi estabelecido. No entanto, quanto maiores as quantidades, maiores parecem ser os riscos. Defeitos múltiplos ao nascimento associados à síndrome alcoólica fetal "clássica" estão associados com mais freqüência ao consumo excessivo de álcool ou ao alcoolismo.

A Síndrome Alcoólica Fetal foi descrita pela primeira vez em 1968 na França, pelo Dr. Lemoine e seus colaboradores, tendo sido desde então alvo da atenção de pesquisas em todo mundo, em razão da Sindrome Alcoólica Fetal ser a principal causa de retardo mental entre nascituros,

pela sua prevalência média de 1 a 2 infantes em cada 1.000 nascidos vivos e por atingir de forma indiscriminada todos os níveis sócio-econômicos e étnicos.

Esta proposição tem por intuito a proteção dos nascituros, da crescente ameaça da Síndrome Alcoólica Fetal.

Pelo exposto, com o objetivo de enfrentar essa terrível enfermidade, através da prevenção, peço seu inestimável apoio à aprovação dessa matéria.

Sala das Sessões, em 02 de dezembro de 2004.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ.

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal – Brasília – DF

(OS:10736/2005)

PROJETO DE LEI N.º 3.080, DE 2004

(Do Sr. Eduardo Paes)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de constar nas embalagens de cigarro, a data de fabricação e validade

DESPACHO:
APENSE-SE ESTE AO PL-1945/2003.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É obrigatória a inserção das datas de fabricação e de validade, nas embalagens de cigarros ou de qualquer objeto para acondicionamento de produtos fumígenos (cigarro, cigarrilha, fumo de rolo, etc), como caixas, pacotes, maços, carteiras ou latas, destinadas ao consumidor final.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O consumidor tem direito de saber a qualidade do produto que está consumindo, especialmente quando se trata de item tão controvertido e de ampla participação no mercado, o que justifica plenamente a presente iniciativa, que esperamos ver aprovada pelos ilustres colegas Deputados. Não é porque o cigarro já faz mal à saúde, que não tenha que obedecer às normas dos demais produtos perecíveis, sob pena de causar ainda mais danos à saúde do consumidor.

Sala da Sessões, em 9 de março de 2004

Deputado **Eduardo Paes**
PSDB/RJ

PROJETO DE LEI N.º 4.407, DE 2004

(Do Sr. Enio Bacci)

Proíbe a publicidade de tabaco em qualquer órgão da imprensa e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-3089/2000

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. É proibido toda a publicidade de tabaco em qualquer órgão de imprensa.

Art. 2º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Este projeto visa proibir incentivo ao consumo de tabaco e evitar doenças e até mesmo mortes prematuras relacionadas à dependência do cigarro, sem contar nos altos custos que a Saúde Pública precisa destinar a estas doenças, que evitadas, poderiam ser direcionados a outras necessidade primordiais dos hospitais.

Sala das Sessões, em 11 de novembro de 2004.

Deputado ENIO BACCI
PDT/RS

PROJETO DE LEI N.º 4.721, DE 2004

(Do Sr. Lupércio Ramos)

Proíbe a industrialização, a venda e a comercialização de cigarros, cigarrilhas, charutos e outros produtos que usem fumo tratado com agrotóxico, defensivos agrícolas, pesticidas e venenos químicos (organofosforados).

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-3474/2004

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art.1° Fica proibido a industrialização, a venda e a comercialização em todo Território Nacional de cigarros, cigarrilhas, charutos e outros produtos industrializados que durante o processo de produção utilizem fumo tratado com agrotóxicos, defensivos agrícolas, pesticidas, venenos químicos, bem como qualquer substância que possa afetar a saúde dos consumidores conforme recomendação do Ministério da Saúde.

Art. 2° A venda, exposição e depósito de produtos derivados de fumo proibidos por esta lei estarão sujeitas à multas e penalidades regulamentadas pelos órgãos responsáveis.

Art. 3° Esta lei entrará em vigor no ato da sua publicação.

Art. 4° Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Envolvendo toda a família do agricultor, a cultura do fumo repete-se, como num ritual, ano após ano. No mês de abril usam-se fertilizantes (não isentos de toxides), na preparação do plantio. Nos meses de maio a junho, inicia-se o preparo da sementeira com o uso de Brometo de Methila para a esterilização do solo. "O Brometo de Methila" foi banido da agricultura do mundo pois possui e gera polibromadas dioxinas, além de destruir a camada de ozônio. Usam-se também herbicidas, inseticidas e aplicam-se fungicidas de contato ou sistêmico, de cinco a seis vezes.

De outubro a dezembro temos a fase com uso mais intenso de agrotóxicos, principalmente organofosforados, assim como carbamatos. O fumicultor normalmente não

utiliza equipamentos de proteção individual, alegando ser muito caro e incômodo para a aplicação do agrotóxico. Isto leva a contaminação.

Um fato tem chamada a atenção de profissionais de diversas áreas. É a percepção de que é muito grande a prevalência de problemas de saúde mental e de suicídios entre agricultores. Exemplo disso é o índice de suicídios alarmantes que ocorre na cidade de Venâncio Aires(RS), que é um dos mais altos do mundo. O agrotóxico **organofosforado** no cultivo do tabaco é apontado como responsável, pois os resíduos são absorvidos através da respiração, pele e cabelos, sendo conhecido o fato desses agrotóxicos poderem causar síndromes cerebrais orgânicas ou doenças mentais de origem não psicológica.

Renomados toxicologistas como o Dr. Ângelo Znaga Trpé (Unicamp) Hérman Sandoval (Chile), Gérman Corey (México) e muitos outros, apontam os agrotóxicos **organofosforados** como degenerativos dos Sistema Nervoso Central, porque inibem a produção de acetilcolinesterase do organismo. Estes pesquisadores têm estudado a "neuropsicologia" provocada por esta categoria de agrotóxicos à qual pertencem a grande maioria dos produtos usados no cultivo do fumo.

As doenças relacionadas com o tabagismo são consideradas um dos maiores problemas enfrentados pela saúde pública mundial. Segundo estudos internacionais, estima-se que existam atualmente um bilhão de fumantes no planeta, o que estaria causando 3,5 milhões de mortes por ano, vítimas de doenças causadas pelo hábito de fumar.

No Brasil, existem cerca de 33 milhões de fumantes e morrem anualmente cerca de 100 mil pessoas. Em São Paulo, estima-se existirem oito
milhões de fumantes na faixa entre 15 e 74 anos de idade, sendo que 15 mil pessoas morrem todos os anos devido ao vício.

O fumo isoladamente causa mais mortes que o álcool, acidentes automobilísticos, infeções, agentes tóxicos e AIDS, combinados. O fumo ambiental (fumo passivo) é responsável por 50.000 mortes nos EUA por ano.

O risco de enfisema pulmonar e bronquite crônica é 10 vezes maior nos fumantes. O risco de derrame cerebral é 2-5 vezes maior entre os fumantes.

Os fumantes faltam ao trabalho 6,5 dias a mais por ano . Os fumantes perdem 8% do seu tempo de trabalho com atividades relacionadas ao fumo.

Na Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição, realizada em 1989, em uma amostra de 63 mil domicílios, cobrindo praticamente todo o Brasil, a prevalência do hábito de fumar, na população de 15 anos e mais de idade, foi de 32,6%; ou seja, de cada três adultos, um era fumante. Fumava-se mais no campo que na cidade e os homens mais do que as mulheres. Para cada três fumantes do sexo masculino havia dois do sexo feminino. No entanto, nos mais jovens, abaixo de 30 anos, as mulheres vêm fumando mais, o que tende a diminuir a diferença de freqüência de fumantes entre os dois sexos.

Nosso objetivo com o projeto é proteger o agricultor e as pessoas que são fumantes, violentamente agredidos físico e psicologicamente com os agrotóxicos.

Por todas essas razões pedimos aos nossos nobre colegas parlamentares apoio para a aprovação desta propositura que entendemos como preciosa para a proteção dos nossos agricultores e dos cidadãos brasileiros e estrangeiros que são consumidores dos produtos derivados do fumo.

Sala das sessões, em 23 de dezembro de 2.004.

Deputado **LUPÉRCIO RAMOS-PPS/AM**

PROJETO DE LEI N.º 4.921, DE 2005

(Do Sr. Carlos Nader)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, impondo restrições à utilização de produtos fumígeros em programas e produções exibidos pelas emissoras de televisão e cinemas em todo o Território Nacional, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE A(O) PL-4846/1994. ESCLAREÇO, POR OPORTUNO, QUE A MATÉRIA PASSARÁ A TRAMITAR SUJEITA AO REGIME DE PRIORIDADE.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica a redação da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, proibindo a veiculação, na televisão, de imagens de pessoas utilizando produtos fumígeros, derivados ou não do tabaco, e incluindo advertência sobre os riscos associados ao tabagismo nas produções cinematográficas em que houver cenas que demonstrem essa prática.

Art. 2º O art. 3º-A da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º A.....

.....

X - a exibição de imagens de pessoas fazendo uso dos mesmos em programas televisivos nacionais de caráter artístico, informativo, esportivo, cultural, de entretenimento ou assemelhados, veiculados em qualquer horário, nas emissoras educativas, comerciais, comunitárias, públicas ou privadas, de sinal aberto ou por assinatura.

.....

§ 3° - A proibição mencionada no inciso X do art. 3°-A atinge toda e qualquer obra audiovisual e videofonográfica de produção independente ou não, de curta, média ou longa metragem, seriada ou telefilme, de alcance local, regional ou nacional, além de outras definições previstas na Medida Provisória n° 2.219, de 4 de setembro de 2001.

§ 4° No caso de produções cinematográficas nas quais pessoas estejam fazendo uso de produtos fumígeros, produzidas no País ou no exterior, a emissora de radiodifusão de sons e imagens responsável pela veiculação fica obrigada a inserir, no início e no final da transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo, conforme o estabelecido no § 2° do artigo 3°-C.

§ 5° A exibição pública de produções cinematográficas nas salas destinadas a esse fim ou em quaisquer outros locais que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas também fica condicionada ao disposto no parágrafo anterior."

Art. 3° O art. 9° da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

"Art. 9° .....

VIII – suspensão da programação da emissora de televisão ou da sala de exibição, pelo período que a autoridade indicar ou até que seja feita a reparação ou o esclarecimento quanto ao disposto no inciso X do art. 3°-A e nos § § 3°, 4° e 5° do mesmo artigo."

Art. 4°. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Nos últimos anos, o Brasil vem avançando na formulação de políticas anti-tabagismo, acompanhando tendência internacional de combate ao vício que vitima mais de sete milhões de pessoas ao ano em todo o mundo. Em função dos prejuízos causados à saúde, sendo responsável por mais de sete tipos de câncer, o cigarro está sendo banido da publicidade e da mídia eletrônica em vários países. Estados Unidos, Noruega, França, Canadá, Nova Zelândia e Finlândia já tomaram atitudes restritivas à propaganda da droga, com efeito positivo.

No Brasil, a ofensiva contra o fumo também está produzindo resultados concretos. Há nove anos, vigora a principal legislação brasileira contra o fumo. Em 1996, a Lei nº 9.294 limitou a propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão ao horário compreendido entre às 21h e às 6h. Em dezembro de 2000, foi sancionada a Lei 10.167, que proibiu a publicidade no rádio e na TV, restringindo os anúncios a pôsteres, painéis e cartazes na parte interna dos locais de venda.

Entretanto, ao banir a propaganda comercial do cigarro, direta e incisiva, os legisladores acabaram por deixar uma brecha na legislação para outro tipo de "estímulo" ao hábito de fumar, que é a exibição de cenas com cigarro, mesmo sem identificação, em programas nacionais ou estrangeiros dos mais variados tipos, desde filmes e telenovelas até mini séries de alta qualidade.

Ao alçar o cigarro à condição de objeto cenográfico numa produção que chega diariamente à casa de milhões de brasileiros, as emissoras de TV acabam por propagandear, de maneira subliminar, o uso do cigarro ou outros produtos derivados do tabaco. Trata-se de estímulo velado, na medida em que o ator, idolatrado por milhares de telespectadores, empresta seu prestígio ao produto que utiliza em cena, mesmo que não haja uma marca diretamente associada a ele.

É notória a influência que os *mass midia* exercem sobre os indivíduos e os valores estabelecidos pela sociedade, contribuindo para a formação de padrões sociais, comportamentais, éticos e culturais que, muitas vezes, sequer são perceptíveis no cotidiano.

Historicamente, sabemos que a indústria de Hollywood adota a técnica do *marketing* no cinema como forma de publicidade em larga dimensão. Quem não se lembra das cenas em que Humphrey Bogart e Rita Hayworth soltam longas baforadas em produções consagradas. Entre as celebridades modernas adeptas do vício, estão Julia Roberts, no filme "O Casamento do Meu Melhor Amigo", e Clint Eastwood, em "As Pontes de Madison". Apesar do acordo assumido há mais de dez anos pela indústria tabagista nos Estados Unidos para banir as cenas com cigarro, estrelas de Hollywood ainda fumam nos filmes de sucesso e não é diferente no cinema nacional.

Mesmo sem vínculo ou propósitos explicitamente comerciais, sabemos que a composição de um personagem de grande sucesso na TV ou no cinema exerce forte influência sobre a opinião pública, especialmente sobre o público mais jovem. Estudos do Ministério da Saúde demonstram que 90% dos fumantes adquirem o vício antes dos 19 anos, o que leva a comunicação do cigarro a ser majoritariamente dirigida ao público jovem.

Por meio da campanha "Quem financia a baixaria é contra a cidadania", a Câmara dos Deputados já lançou luz ao debate sobre os limites da mídia na seleção e veiculação de seu conteúdo, no sentido de filtrar mensagens que sejam nocivas à sociedade, como o incentivo à essa droga. Os meios de comunicação, por intermédio da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), defendem a auto-regulamentação como forma de coibir os abusos e os excessos da mídia. No entanto, ongs e especialistas da área, entre os quais o próprio Conselho Nacional de Comunicação, órgão consultivo do Poder Legislativo, questionam a adequação do conteúdo veiculado na mídia, no que tange ao estímulo à violência, à apologia ao sexo, à erotização da infância e à apelação excessiva ao consumo ou a hábitos nocivos à saúde.

A questão mercadológica da mídia e seu impacto na formação do conteúdo também envolve o debate sobre o cigarro, uma vez que não são muito claras as relações entre os fabricantes e os veículos de imprensa. No artigo "O globalismo como neobarbárie",[1] Muniz Sodré aponta as razões para o discurso oculto que a cultura neoliberal impõe à sociedade de mercado:

> *"Aliados ao marketing e às mais sofisticadas técnicas de vendas, os meios de comunicação (desde os tradicionais, como jornal, rádio e televisão, até as redes cibernéticas da atualidade) desempenham papéis estratégicos na naturalização ideológica da economia neoliberal de mercado."*

A seguir, Muniz Sodré deixa claro o poder da mídia na padronização de discursos e de comportamentos, criando uma "cultura dos consensos":

> *"Nessas estratégias discursivas, a economia de mercado é traduzida como resultado de uma natureza eterna e imutável do homem e, assim, legitimada com todas as suas distorções junto à consciência do homem comum, pouco afeito à complexidade técnica do processo econômico."*

Assim sendo, corrobora o presente projeto no sentido de desvendar o processo midiático de legitimação de um discurso ou de condutas que atendem a interesses

[1] Por uma outra comunicação/ Dênis de Moraes (org) – Rio de Janeiro: Record, 2003.

econômicos, mesmo que de maneira subliminar – como na simples aparição de um produto ofensivo à saúde humana como objeto cenográfico. Encontra lastro também no disposto na Lei 9.294/1996, que igualmente combate os discursos vedados da mídia na propagação do uso da droga:

> *"Art. 3o-A Quanto aos produtos referidos no art. 2o desta Lei, são proibidos: (Artigo incluído 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 incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)."*

Poder-se-ia alegar, à luz dos preceitos universais que regem a democracia brasileira, que a Constituição de 1988 veda qualquer tipo de censura e assegura a plena liberdade de expressão. No entanto, o próprio Constituinte, confrontado com a necessidade de reduzir o hábito de fumar, determinou, no artigo 220, parágrafo 4º da Lei Magna, que a propaganda comercial de cigarros "estará sujeita a restrições legais". Não resta dúvida de que as imagens que "abrigam" o cigarro ou similares, geralmente associadas a situações de bem-estar ou relaxamento, ou ainda com apelo sexual e apologia da beleza e da juventude, são claramente uma forma velada de publicidade. O conceito do termo publicidade ratifica essa tese: "a arte de exercer uma ação psicológica sobre o público com fins comerciais ou políticos".

Acrescentamos que a legislação infra-constitucional também oferece amparo jurídico para a presente proposição. Um dos ditames da legislação ligada à Radiodifusão é a obrigação de que os serviços de comunicação eletrônica tenham finalidade educativa e cultural e sejam considerados de interesse nacional, tal como estabelecido na alínea "d" do artigo 38 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações.

O artigo 3º do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963) reforça tal determinação. O Regulamento destaca ainda o caráter público da concessão, ao estabelecer, no parágrafo único do art. 24, que "em qualquer

caso, as freqüências consignadas não constituem direito de propriedade da entidade, incidindo sempre sobre as mesmas o direito de posse da União."

No caso do cigarro, sabemos que estamos diante de gravíssimo problema de saúde pública, que vitima, só no Brasil, mais de 80 mil pessoas ao ano. Em todo o mundo, calcula-se que, em 50 anos, o cigarro vai matar cerca de 500 milhões de pessoas. Em maio do ano passado, esta Casa aprovou o texto da "Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco", assinada pelo Brasil em 16 de junho de 2003. A convenção prevê um conjunto de medidas para coibir o uso e o comércio de produtos fumígeros, entre elas, a proibição total da publicidade e promoção de produtos de tabaco e de patrocínio da indústria ou revendedores do setor.

Certos de que a proibição da exibição do ato de fumar na TV e sua restrição no cinema nacional são um passo decisivo para reduzirmos os custos sociais, humanos e econômicos provocados por essa epidemia de dimensões globais que atinge também o nosso País, pedimos o apoio dos nobres colegas no sentido do acolhimento dessa proposição.

Sala das Sessões, em 17 de março de 2005.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 3° 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.

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 1° 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocinio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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.

** Artigo, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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 seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

** § 2º, caput com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** § Inciso I com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

II - "fumar causa câncer de pulmão";

** Inciso II com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

III - "fumar causa infarto do coração";

** Inciso III com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";

** Inciso IV com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso V com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VI com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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

** Inciso VII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

VIII - "fumar causa impotência sexual".

** Inciso VIII com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos.

**§ 3º com redação da pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

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".

.....

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções:

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

** Inciso V com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

** Inciso VI acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990.

** Inciso VII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

** § 4º acrescido pelu Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo.

** § 5º com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....
.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....
.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.
....." (NR)

Art. 8º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

"§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência." (NR)

Art. 9º Os arts. 3º, 18 e 57 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9º e 10 do Decreto-Lei nº 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4º do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3º da Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5º, os incisos XI, XII e XIII do art. 7º, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.219, DE 04 DE SETEMBRO DE 2001

Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

CAPÍTULO I
DAS DEFINIÇÕES

Art. 1º. Para fins desta Medida Provisória entende-se como:

I - obra audiovisual: produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão;

II - obra cinematográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é uma película com emulsão fotossensível ou matriz de captação digital, cuja destinação e exibição seja prioritariamente e inicialmente o mercado de salas de exibição;

III - obra videofonográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é um meio magnético com capacidade de armazenamento de informações que se traduzem em imagens em movimento, com ou sem som;

IV - obra cinematográfica e videofonográfica de produção independente: aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura;

V - obra cinematográfica e videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:

a) ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no parágrafo único, e ser de autoria de brasileiros e dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de cinco anos, utilizando para sua produção, no mínimo, dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos;

b) ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de co-produção cinematográfica e em consonância com os mesmos.

VI - segmento de mercado: mercados de salas de exibição, vídeo doméstico em qualquer suporte, radiodifusão de sons e imagens, comunicação eletrônica de massa por

assinatura, mercado publicitário audiovisual ou quaisquer outros mercados que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas;

VII - obra cinematográfica ou videofonográfica de curta metragem: aquela cuja duração é igual ou inferior a quinze minutos;

VIII - obra cinematográfica ou videofonográfica de média metragem: aquela cuja duração é superior a quinze minutos e igual ou inferior a setenta minutos;

IX - obra cinematográfica ou videofonográfica de longa metragem: aquela cuja duração é superior a setenta minutos;

X - obra cinematográfica ou videofonográfica seriada: aquela que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos;

XI - telefilme: obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo cinqüenta e no máximo cento e vinte minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

Parágrafo único. Para os fins do inciso V deste artigo, entende-se por empresa produtora brasileira aquela constituída sob as leis brasileiras e que tenha sua sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta de pessoas físicas brasileiras, natas ou naturalizadas há mais de dez anos, as quais devem exercer, de fato e de direito, o poder decisório da empresa.

.....

.....

LEI Nº 10.167, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000

Altera dispositivos da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. "(NR)

"Art. 3º. A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pósteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (NR)

§1º.....

.....

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; (NR)

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (NR)

.....

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (NR)

.....

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta ultima hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses." (NR)

"Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;
II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;
III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;
IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;
V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;
VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;
VII - a propaganda indireta contratada, também denominada merchandising , nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;
VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino e de saúde.

Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1° de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricantes, sem recomendação de consumo. "

"Art. 3°-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígeneos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. "

"Art. 9° Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (NR)

.....

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (NR)

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário.

.....

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (NR)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;
II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;
III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;
IV - do órgão de regulamentação de transporte do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros.

§ 5º (VETADO) "

Art. 2º. (VETADO)

Art. 3º. (VETADO)

Art. 4º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 27 de dezembro de 2000; 179º da Independência e 112º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Gregori
Pedro Malan
Marcus Vinicius Pratini de Moraes
José Serra
Benjamin Benzaquen Sicsú
Martus Tavares
Pimenta da Veiga

LEI Nº 4.117, DE 27 DE AGOSTO DE 1962

** (A Lei nº 9.472, de 16/07/1997, revogou esta Lei, exceto quanto a matéria penal e aos preceitos relativos a radiodifusão)*

Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações.

.....

CAPÍTULO V
DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

.....

Art. 38. Nas concessões, permissões ou autorizações para explorar serviços de radiodifusão, serão observados, além de outros requisitos, os seguintes preceitos e cláusulas:

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

a) os administradores ou gerentes que detenham poder de gestão e de representação civil e judicial serão brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. Os técnicos encarregados da operação dos equipamentos transmissores serão brasileiros ou estrangeiros com residência exclusiva no País, permitida, porém, em caráter excepcional e com autorização expressa do órgão competente do Poder Executivo, a admissão de especialistas estrangeiros, mediante contrato;

** Alínea a com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

b) as alterações contratuais ou estatutárias que não impliquem alteração dos objetivos sociais ou modificação do quadro diretivo e as cessões de cotas ou ações ou aumento de capital social que não resultem em alteração de controle societário deverão ser informadas ao órgão Competente do Poder Executivo, no prazo de sessenta dias a contar da realização do ato;

** Alínea b com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

c) a alteração dos objetivos sociais, a modificação do quadro diretivo, a alteração do controle societário das empresas e a transferência da concessão, da permissão ou da autorização dependem, para sua validade, de prévia anuência do órgão competente do Poder Executivo;

** Alínea c com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

d) os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País;

e) as emissoras de radiodifusão, excluídas as de televisão, são obrigadas a retransmitir, diariamente, das 19 (dezenove) às 20 (vinte) horas, exceto aos sábados, domingos e feriados, o programa oficial de informações dos Poderes da República, ficando reservados 30 (trinta) minutos para divulgação de noticiário preparado pelas duas Casas do Congresso Nacional;

f) as empresas, não só através da seleção de seu pessoal, mas também das normas de trabalho observadas nas estações emissoras devem criar as condições mais eficazes para que se evite a prática de qualquer das infrações previstas na presente lei;

g) a mesma pessoa não poderá participar da administração ou da gerência de mais de uma concessionária, permissionária ou autorizada do mesmo tipo de serviço de radiodifusão, na mesma localidade;

** Alínea g com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

h) as emissoras de radiodifusão, inclusive televisão, deverão cumprir sua finalidade informativa, destinando um mínimo de 5% (cinco por cento) de seu tempo para transmissão de serviço noticioso.

i) as concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão deverão apresentar, até o último dia útil de cada ano, ao órgão Competente do Poder Executivo e aos órgãos de registro comercial ou de registro civil de pessoas jurídicas, declaração com a composição de seu capital social, incluindo a nomeação dos brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos titulares, direta ou indiretamente, de pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante.

** Alínea i com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

Parágrafo único. Não poderá exercer a função de diretor ou gerente de concessionária, permissionária ou autorizada de serviço de radiodifusão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial.

** § único com redação dada pela Lei nº 10.610 de 20/12/2002.*

Art. 39. As estações de radiodifusão, nos 90 (noventa) dias anteriores às eleições gerais do País ou da circunscrição eleitoral, onde tiverem sede, reservarão diariamente 2 (duas) horas à propaganda partidária gratuita, sendo uma delas durante o dia e outra entre 20 (vinte) e 23 (vinte e três) horas e destinadas, sob critério de rigorosa rotatividade, aos diferentes partidos e com proporcionalidade no tempo de acordo com as respectivas legendas no Congresso Nacional e

Assembléias Legislativas.

§ 1º Para efeito deste artigo a distribuição dos horários a serem utilizados pelos diversos partidos será fixada pela Justiça Eleitoral, ouvidos os representantes das direções partidárias.

§ 2º Requerida aliança de partidos, a rotatividade prevista no parágrafo anterior será alternada entre os partidos requerentes de alianças diversas.

§ 3º O horário não utilizado por qualquer partido será redistribuído pelos demais, não sendo permitida cessão ou transferência.

§ 4º Caberá à Justiça Eleitoral disciplinar as divergências oriundas da aplicação deste artigo.

.....

.....

DECRETO Nº 52.795, DE 31 DE OUTUBRO DE 1963

Aprova Regulamento dos Serviços de Radiodifusão.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 87, inciso I, da Constituição,

Decreta:

Art. 1º Fica aprovado o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão do Conselho Nacional de Telecomunicações, com êste baixa.

Art. 2º Êste decreto entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 31 de outubro de 1963 - 142º da Independência e 75º da República.

João Goulart

REGULAMENTO DOS SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO

TÍTULO I
INTRODUÇÃO

CAPÍTULO I
GENERALIDADES

Art. 1º Os serviços de radiodifusão, compreendendo a transmissão de sons (radiodifusão sonora), e a transmissão de sons e imagens (televisão), a serem direta e livremente recebidas pelo público em geral, obedecerão aos preceitos da Lei nº 4.117, de 27 de agôsto de 1962, Código Brasileiro de Telecomunicações, aos de seu Regulamento Geral - Decreto nº 52.026, de 20 de maio de 1963, aos dêste Regulamento e às Normas baixadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL).

Parágrafo único. Os serviços de radiodifusão obedecerão, também às normas constantes dos atos internacionais em vigor e dos que no futuro se celebrarem, ratificadas pelo Congresso Nacional.

Art. 2º Compete, exclusivamente, à União dispor sôbre qualquer assunto referente aos serviços de radiodifusão.

CAPÍTULO II
DA FINALIDADE DOS SERVIÇOS

Art. 3º Os serviços de radiodifusão tem finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interêsse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique êsse interêsse e aquela finalidade.

Parágrafo único. Para atingir tal finalidade, o CONTEL, de acôrdo com a legislação em vigor, promoverá as medidas necessárias à instalação e funcionamento de estações radiodifusoras no território nacional.

TÍTULO II
DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

Art. 4° Os serviços de radiodifusão, para os efeitos dêste Regulamento, assim se classificam:

.....

TÍTULO V
DO PROCESSAMENTO PARA A OUTORGA DE CONCESSÕES E PERMISSÕES

.....

CAPÍTULO IV
DAS AUTORIZAÇÕES

Seção I
Generalidades

Art. 24. O Direito ao uso e gôzo das freqüências, consignadas a cada estação substituirá, sem prejuízo da faculdade conferida pelo artigo anterior, enquanto vigorar a concessão ou permissão.

Parágrafo único. Em qualquer caso, as freqüências consignadas não constituem direito de propriedade da entidade, incidindo sempre sôbre as mesmas o direito de posse da União.

Art. 25. Sem prévia aprovação do Govêrno Federal não poderá ter execução nenhum acôrdo ou convênio entre concessionárias ou permissionárias de serviços de radiodifusão, ao que se refere à utilização das freqüências que lhes forem consignadas e à execução dos serviços.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.713, DE 2005

(Do Sr. Gilberto Nascimento)

Dispõe sobre a obrigatoriedade da rotulagem nutricional das bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. As bebidas alcoólicas comercializadas no Brasil devem portar, obrigatoriamente, a rotulagem nutricional.

Parágrafo único. Na rotulagem nutricional devem ser declaradas, no mínimo, as seguintes informações: valor energético, carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans e sódio, colesterol, fibra alimentar, minerais e vitaminas.

Art. 2º. As empresas produtoras de bebidas alcoólicas têm o prazo de cento e oitenta dias, a contar da publicação desta lei, para se adequarem à exigência estabelecida no artigo anterior.

Art. 3º. O descumprimento da obrigação prevista nesta lei constitui infração sanitária sujeita aos dispositivos da Lei n.º 6437, de 20 de agosto de 1977 e demais disposições aplicáveis.

Art. 4º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Atualmente, o consumidor brasileiro está mais preocupado com a qualidade dos produtos que consome. Essa inquietação se revela na busca cada vez maior de informações acerca dos alimento ingeridos diariamente.

O teor nutricional é uma das informações mais procuradas, pois revela dados importantes para a saúde dos indivíduos e para o controle do peso corpóreo. Saliente-se que a obesidade já está sendo considerada um problema grave de saúde pública. Portanto, qualquer informação útil ao controle do ganho de peso corporal pelos indivíduos torna-se relevante para combater o avanço desse problema.

As bebidas alcoólicas possuem um valor energético relativamente alto, mas não possuem nutrientes em quantidades relevantes. O consumo dessas bebidas no país é considerável, sendo que a grande maioria dos consumidores desconhece os valores nutricionais desses produtos.

A rotulagem nutricional não é obrigatória para as bebidas alcoólicas. Assim, o presente projeto objetiva fornecer aos consumidores

informações mais completas sobre a composição de nutrientes das bebidas alcoólicas porventura consumidas.

Sala das Sessões, em 09 de agosto de 2005.

Deputado GILBERTO NASCIMENTO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura Infrações à Legislação Sanitária Federal, Estabelece as Sanções Respectivas, e dá outras Providências.

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;

II - multa;

III - apreensão de produto;

IV - inutilização de produto;

V - interdição de produto;

VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;

VII - cancelamento de registro de produto;

VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;

IX - proibição de propaganda;

* *Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa;

* *Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento;

* *Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera.

* *Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XII - imposição de mensagem retificadora;

* *Inciso XII acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

XIII - suspensão de propaganda e publicidade.

* *Inciso XIII acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

* *Primitivo § 1º-A renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

** Inciso I com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

** Inciso II com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

** Inciso III com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

** Primitivo § 1º-B renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

** Primitivo § 1º-D renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001.*

Art. 3º O resultado da infração sanitária é imputável a quem lhe deu causa ou para ela concorreu.

§ 1º Considera-se causa a ação ou omissão sem a qual a infração não teria ocorrido.

§ 2º Exclui a imputação de infração a causa decorrente de força maior ou proveniente de eventos naturais ou circunstâncias imprevisíveis, que vier a determinar avaria, deterioração ou alteração de produtos ou bens do interesse da saúde pública.

Art. 4º As infrações sanitárias classificam-se em:

I - leves, aquelas em que o infrator seja beneficiado por circunstância atenuante;

II - graves, aquelas em que for verificada uma circunstância agravante;

III - gravíssimas, aquelas em que seja verificada a existência de duas ou mais circunstâncias agravantes.

Art. 5º A intervenção no estabelecimento, prevista no inciso XI-A do art. 2º, será decretada pelo Ministro da Saúde, que designará interventor, o qual ficará investido de poderes de gestão, afastados os sócios, gerentes ou diretores que contratual ou estatutariamente são detentores de tais poderes e não poderá exceder a cento e oitenta dias, renováveis por igual período.

** Artigo caput com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º Da decretação de intervenção caberá pedido de revisão, sem efeito suspensivo, dirigido ao Ministro da Saúde, que deverá apreciá-lo no prazo de trinta dias.

** § 1º com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 2º Não apreciado o pedido de revisão no prazo assinalado no parágrafo anterior, cessará a intervenção de pleno direito, pelo simples decurso do prazo.

** § 2º com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 2º-A. Ao final da intervenção, o interventor apresentará prestação de contas do período que durou a intervenção.

** § 2º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.329, DE 2005

(Do Sr. Carlos Willian)

Dispõe sobre os horários de funcionamento de estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, nos municípios com população superior a cem mil habitantes.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O horário de funcionamento dos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, como bares, restaurantes, "traillers" e similares, localizados em municípios com mais de cem mil habitantes, será estabelecido pelo comando da Polícia Militar dos respectivos Estados Federados, por meio de parceria firmada entre esta instituição e o Poder Executivo local.

Art. 2º A Polícia Militar classificará as diferentes áreas do território municipal, atribuindo-lhes as seguintes denominações, segundo o grau de violência e a localização:

I – área verde: autoriza o funcionamento durante 24 horas;

II – área amarela: autoriza o funcionamento entre as 8 horas da manhã e as 23:30 horas;

III – área vermelha: autoriza o funcionamento entre as 8 horas da manhã e as 22:00 horas.

Art. 3º O não cumprimento do disposto nesta Lei implica as seguintes penalidades:

I – notificação de advertência, para a primeira infração;

II – multa de R$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais), para a segunda infração;

III – cassação definitiva do alvará de localização e funcionamento do estabelecimento, na terceira infração.

Art. 4º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

No Brasil, o álcool etílico continua, de forma equivocada, sendo considerado substância lícita e, portanto, não depende de receita médica para ser adquirido.

Mundialmente, porém, o álcool é reconhecido como droga psicoativa, capaz de gerar dependência química e apresentar outros graves desdobramentos, a exemplo da violência, dos acidentes de trânsito e da evasão escolar. Esses aspectos negativos associados à ingestão exagerada de bebidas alcoólicas são responsáveis por prejuízos tamanhos à população brasileira, que a Organização Mundial de Saúde passou a identificá-la como a que tem mais anos de vida afetados pela incapacitação, em conseqüência de tais abusos, em todo o mundo.

Entre as estratégias mais eficazes, indicadas pela literatura científica para combater o alcoolismo em nível mundial, destaca-se a atuação no âmbito dos chamados "fatores de acesso". Isso inclui, principalmente, a elevação do preço do produto, por meio da tributação, restrições relativas à localização dos bares, restaurantes e outros pontos de comercialização e a limitação dos seus horários de funcionamento.

A proposição que ora submetemos à apreciação dos Nobres Pares vem diretamente ao encontro deste último aspecto apontado, por configurar, na nossa opinião, a medida em condições de demonstrar maiores resultados concretos, em curto espaço de tempo, na luta pelo combate do alcoolismo e suas conseqüências, motivo pelo qual solicitamos o apoio indispensável à sua aprovação.

Sala das Sessões, em 6 de dezembro de 2005.

Deputado CARLOS WILLIAN

PROJETO DE LEI N.º 6.379, DE 2005

(Do Sr. Nilson Mourão)

Dispõe sobre o horário de funcionamento de bares.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-6329/2005.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º Fica determinado que todos os bares do País não poderão funcionar após uma hora da manhã, tendo o horário previsto para o início de suas atividades fixado à critério próprio, não antes das 5 horas da manhã.

§ 1º - Não estão sujeitos ao horário fixado no "caput" deste artigo os bares de hotéis, "flats", clubes, associações e hospitais.

§ 2º - O período de funcionamento fixado no "caput" deste artigo é considerado como horário normal de funcionamento.

Art. 2º O estabelecimento que venha a ter comprovação, pela autoridade policial ou municipal competente, da prática ou exercício de atividades ilegais, em suas dependências, terá suas atividades suspensas pela Prefeitura do respectivo Município e responderá em juízo sob as penalidades da lei.

Art. 3º Fica proibido fora do horário normal:

a) praticar ato de compra e venda;

b) manter abertas ou semicerradas as portas do estabelecimento, ainda que dêem acesso ao interior do prédio e este sirva de residência ao responsável;

c) manter iluminação dentro do bar, salvo quando o interior do mesmo puder ser examinado visualmente por quem se achar do lado de fora.

Parágrafo único - Não se considera infração a abertura de estabelecimento para lavagem ou limpeza, ou quando o responsável não tendo outro meio de se comunicar com a rua, conservar aberta uma das portas para o efeito de embarque e desembarque de mercadorias, durante o tempo estritamente necessário à efetivação dos mencionados atos.

Art. 4º Os infratores dos dispositivos desta legislação estão sujeitos às seguintes penalidades:

a) multa de dois salários mínimos vigentes no País, na primeira autuação;

b) fechamento administrativo com a lacração de todas as entradas, na segunda autuação.

Parágrafo único - Desrespeitado o fechamento administrativo, será solicitado auxílio policial para exigir o cumprimento da penalidade administrativa e providenciará o boletim de ocorrência com base no artigo 330 do Código Penal, nos termos desta lei.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

Diferentes estudos realizados sobre a relação: consumo de alcool x comportamento violento, apontam para o aumento nos casos de violência quando anteriormente ao ato ocorre o consumo de bebidas alcoólicas. Em 2002, a Prefeitura de Diadema, cidade que integra a Grande São Paulo, aprovou uma lei proibindo a venda de bebidas alcoólicas nos bares depois das 23 horas. Os resultados supreenderam: não só o número de homicídios caiu expressivamente, como também diminuíram os casos de violência doméstica.

Essa medida implantada no município de Diadema provou que é possível controlar a situação de violência em que vivem as cidades brasileiras. Aliás, muito mais pode ser feito para evitar os males que o consumo de álcool provoca. Basta lembrar a quantidade de acidentes de trânsito que acontecem nos fins de semana e feriados relacionados com o hábito de beber e dirigir. Em São Paulo, mais de 30 mil pessoas morrem todos os anos por causa disso. A necessidade de uma lei estabelecendo horário para o fechamento dos bares em Diadema, surgiu quando

dados de estudos realizados no município constataram que cerca de 80% dos homicídios ocorriam entre dez horas da noite e seis da manhã.

Em 2002 Diadema era recordista em número de homicídios no Brasil, com cerca de 120 homicídios por grupo de cem mil habitantes. Passados dois anos da regulamentação da lei, segundo dados de empresa especializada na área de mudanças legislativas e impactos comunitários associados ao consumo de álcool, 293 vidas foram salvas graças a essa medida. Isso significa que aproximadamente 11 mortes por mês deixaram de ocorrer. Além disso diminuíram também os casos de violência doméstica em cerca de 25%.

A mudança dessa realidade de acidentes de trânsito, violência doméstica e homicídios causados pelo 'encorajamento' próprio da ação do álcool, por certo não se dará somente com a adoção de uma lei que feche os bares mais cedo, porém, experiências como essa de Diadema devem ser aproveitadas e medidas precisam sem adotadas para contribuir nessa luta por uma cultura de paz e a construção de uma sociedade menos violenta. Como legisladores temos a responsabilidade de fazer parte dessa luta, oferecendo à sociedade instrumentos que nos permitam alcançar essa meta.

As experiências bem sucedidas poderão ser estendidas para todo o País se a presente iniciativa de lei contar com a sensibilidade e o apoio dos nobres pares nesta Casa. E é com essa expectativa que ora submeto a Vossas Excelências a apreciação desse projeto de lei.

Sala das Sessões, em 13 de dezembro de 2005.

Deputado NILSON MOURÃO – PT

PROJETO DE LEI N.º 6.643, DE 2006

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobre à proibição do uso do fumo e do álcool em filmes e desenhos infantis ou produtos que condizem com a mesma natureza ou espécie.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Fica proibido em todo o território nacional o uso do fumo e do álcool em filmes e desenhos infantis ou produtos que condizem com a mesma natureza ou espécie, ou qualquer outro que possa estimular ao vício.

Art. 2° O poder executivo regulamentará a presente lei, designando órgão responsável pela fiscalização e aplicação da penalidade caso ocorra o descumprimento dessa lei.

Art. 3° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O que faz alguém tomar bebidas alcoólicas ou fumar? Por que algumas pessoas ficam viciadas em drogas? O uso de drogas é aprendido? Revistas, TV, filmes influem no modo como as pessoas usam drogas? Estas são algumas das perguntas polêmicas sobre o uso de drogas e que estão ainda sem uma resposta definitiva. Porém, é bastante claro que o uso de drogas pode ser visto freqüentemente em filmes e na televisão. Por exemplo: um estudo mostrou que entre os 200 filmes mais retirados nas locadoras entre 1996 e 1997, 93% mostravam pessoas utilizando bebidas alcoólicas e 89% mostravam pessoas fumando.

Um novo estudo publicado na revista Pediatrics, investigou a freqüência que o uso de álcool e fumo aparecia em desenhos animados direcionados para o público infantil, de 81 filmes assistidos 47% tinham o uso do álcool e 43% o uso do fumo.

Em 40% dos desenhos com o uso de álcool, os efeitos físicos do consumo de álcool eram mostrados. Por exemplo, alguns personagens ficavam cambaleantes, tinham soluços, ou ficavam com a cara vermelha. Nenhum dos desenhos tinha avisos sobre as conseqüências prejudiciais do uso de álcool. Nos desenhos que mostravam o uso de fumo, 37% mostravam as conseqüências físicas do seu uso, incluindo tosse ou fazendo os personagens ficarem verdes. Somente em 3 desenhos há a presença de personagens que pediam para outros pararem de fumar.

A presente propositura visa a proibição em todo o território nacional o uso do fumo e álcool em filmes e desenhos infantis ou produtos que condizem com a mesma natureza ou espécie, ou qualquer outro que possa estimular ao vício, para que possamos reduzir a possibilidade de que nossas crianças sejam influenciadas ao uso de drogas, pelo que deveria ser feito para a diversão dessas.

Diante do exposto, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres pares para a apreciação desse projeto.

Sala das Sessões, em 20 de fevereiro de 2006.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 6.807, DE 2006

(Do Sr. Carlos Nader)

Dispõe sobra a proibição do fumo em locais onde se praticam esportes em todo o Território Nacional e dá outras providencias.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, destinados a pratica esportes.

Parágrafo Único – Os locais de que trata o art. 1º deverão exibir placas com o inteiro teor desta lei devendo ser afixada em local visível e com letras legíveis.

Art. 2º O poder executivo regulamentará a presente lei, designando órgão responsável pela fiscalização e aplicação da penalidade caso ocorra o descumprimento dessa lei.

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

JUSTIFICAÇÃO

O cigarro mata anualmente mais do que a AIDS, álcool, cocaína, heroína, acidentes de trânsito e suicídio somados.

O fumo resiste bravamente no Brasil mesmo após 20 anos de campanhas governamentais, mesmo com leis que divulgam os seus males. Estima-se, que mais de 30 milhões de brasileiros fumam.

A presente medida visa a proibição em todo o território nacional de fumar em estádios, ginásios, parques aquáticos e em quaisquer outros locais onde se pratica esportes.

Este Projeto de lei intenta proteger as pessoas contra a exposição a qualquer tipo de fumo. A opção pelo tabagismo deve ser feita na idade adulta, e não constituir uma indução subliminar por parte destes.

Diante do exposto, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres pares para a apreciação desse projeto.

Sala das Sessões, em 28 de março de 2006.

Deputado CARLOS NADER
PL/RJ

PROJETO DE LEI N.º 7.640, DE 2006

(Do Sr. Corauci Sobrinho)

Dispõe sobre a proibição de venda de bebidas alcoólicas às margens das rodovias e dá providências correlatas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Artigo 1º - Os estabelecimentos situados às margens das rodovias estão proibidos de comercializar qualquer tipo de bebida com dosagem alcoólica.

Artigo 2º - O não cumprimento da proibição do artigo anterior acarretará ao infrator multa de cinco mil reais.

Parágrafo único – Em caso de reincidência, a penalidade prevista no "caput" deste artigo será calculada com acréscimo de cem por cento do valor da multa aplicada anteriormente.

Artigo 3° - O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei no prazo de 30 (trinta) dias após a sua publicação

Artigo 4° - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Justificação

O consumo de álcool é um dos grandes, senão o maior causador de acidentes de trânsito não apenas no Brasil, mas também em todos os demais países.

A permissão da venda de bebidas alcoólicas às margens das rodovias certamente é um grande incentivo ao seu consumo por parte de motoristas inconseqüentes, contribuindo, destarte, para a ocorrência daquele elevado número de acidentes.

É inadmissível e injustificável a venda de bebidas alcoólicas às margens das rodovias brasileiras, sendo certo que algumas Unidades da Federação, como o Estado de São Paulo, já proibiram sua comercialização nas rodovias estaduais.

A proibição de comercialização de bebidas alcoólicas em estabelecimentos situados às margens das rodovias, que agora proponho, objetiva contribuir para a valorização da vida humana e para a diminuição do índice de acidentes.

Por estes motivos, conto com o apoio dos demais colegas para a rápida aprovação desta propositura.

Sala das Sessões, em 12 de dezembro de 2006.

Deputado Corauci Sobrinho

PROJETO DE LEI N.º 1.002, DE 2007

(Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

Altera a Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1°. O parágrafo único do art. 1° da Lei n° 9.294, de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1° .....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a 3 graus Gay Lussac."

Art. 2° O art. 3° da Lei n° 9.294, de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 3° 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.

§ 1° 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 **dos usuários**;

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;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir a participação de crianças ou adolescentes.

§ 1°-A. Aplica-se às bebidas alcóolicas definidas no parágrafo único do **caput** do art. 1° o disposto no **caput** deste art. 3° e em seu § 1°.

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2o deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses." (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Em audiência pública na Comissão de Seguridade Social e Família discutiu-se com o Sr. Ministro da Saúde os problemas do consumo de bebidas alcóolicas. Surgiu como questão fundamental os efeitos da propaganda, o quanto ela poderia influenciar o consumo destas bebidas e, por conseqüência, trazer agravos à saúde e produzir acidentes de trânsito. Quanto a este último ponto, calcula-se que das trinta e cinco mil mortes ocorridas no trânsito a cada ano, a maioria seja devida ao consumo de álcool pelos condutores.

Desta forma, considero pertinente que se limitem as propagandas de bebidas alcóolicas, o que diminuiria o consumo e a exposição destes produtos à população mais

jovem. De fato, pelas regras atuais a propaganda, sobretudo a de cervejas, atinge grande parcela da população infantil brasileira, como se nada disso pudesse trazer efeitos deletérios no futuro. Assim, com as alterações que propomos à já bastante útil Lei nº 9.249, de 1996, acredito que atingiremos importantes resultados.

A primeira alteração refere-se à nova definição de bebida alcóolica, abarcando todas aquelas com gradação Gay Lussac superior a três graus. Com isso, subordinaremos todas as bebidas alcóolicas às regras já restritivas presentes no art. 4º da Lei, que impede a veiculação de propaganda em emissoras de rádio e televisão entre as seis horas e vinte uma horas. Da mesma forma, submetemos as bebidas alcóolicas nas restrições do **caput** e § 1º do art. 3º, que regulamentam de forma bastante eficiente o modo e os objetivos da propaganda – regras que já estão em vigor para os produtos fumígeros.

Esperamos contar com o apoio dos nobres pares na aprovação desta importante medida, que visa melhorar a qualidade de vida da população pelo maior respeito à saúde e também pela diminuição dos acidentes de trânsito.

Sala das sessões, 09 de maio de 2007

Dep. Jorge Tadeu Mudalen

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 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, 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 só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º 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:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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.

** § 1º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2º acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/07/2003.*

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.016, DE 2007

(Do Sr. Celso Russomanno)

Acresce o art. 257-A à Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, bem como parágrafo único ao art. 81 do mesmo diploma legal.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acresce o art. 257-A à Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, bem como parágrafo único ao art. 81 do mesmo diploma legal, objetivando obrigar a fixação, nos estabelecimentos e locais de venda de bebidas alcoólicas no País, de aviso em formato legível e bastante visível ao consumidor que informe sobre a proibição da venda de bebidas alcoólicas a crianças ou adolescentes, bem como que qualquer um pode denunciar a sua prática.

Art. 2º O art. 81 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

"Art. 81. .....

.....

Parágrafo único. Nos estabelecimentos e locais de venda de bebidas alcoólicas no País, deverá ser fixado aviso em formato legível e bastante visível ao consumidor com o seguinte conteúdo: "É PROIBIDO VENDER BEBIDAS ALCOÓLICAS A MENORES DE DEZOITO ANOS – QUALQUER UM PODE DENUNCIAR (ART. 301 DO CÓDIGO DE PROCESSO PENAL). (NR)"

Art. 3º A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 257-A:

"Art. 257-A. Descumprir obrigação constante no parágrafo único do art. 81 desta Lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, duplicando-se a pena em caso de reincidência."

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei visa tornar obrigatória a fixação, nos estabelecimentos comerciais e outros locais que realizam a venda de bebidas alcoólicas no País, de aviso em formato legível e bastante visível ao consumidor que

informe sobre a proibição da venda de bebidas alcoólicas a crianças ou adolescentes, bem como que qualquer um pode denunciar a sua prática.

Com efeito, o art. 81, incisos I e II, do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), dispõe que é proibida a venda de bebidas alcoólicas. O art. 243 da aludida lei, por sua vez, tipifica como criminosa a conduta de quem vende, fornece, ministra ou entrega, de qualquer forma, à criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida. A sanção para tal delito é de seis meses a dois anos de detenção, além de multa. Noutras palavras, é crime vender bebidas alcoólicas à criança ou adolescente porque tais produtos têm componentes que causam dependência física e psíquica.

Não obstante a proibição legal, bebidas alcoólicas são ainda freqüentemente vendidas a crianças e adolescentes em bares, mercados, supermercados, hipermercados, lanchonetes, clubes sociais, boates, campos de futebol e, enfim, em todos aqueles locais nos quais se explora a sua venda, o que constitui, sem dúvida, um dos fatores que contribuem em grande medida para que jovens se tornem dependentes do álcool.

Nesse contexto, mostra-se importante a adoção da medida legislativa ora proposta, que certamente auxiliará o combate à venda ilegal de bebidas alcoólicas a crianças e adolescentes à medida em que assegura maior publicidade à norma proibitiva em tela e estimula a denúncia de tal prática como parte de um sistema de maior controle social.

Diante do exposto, solicita-se o apoio dos nobres Pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 09 de maio de 2007.

Deputado CELSO RUSSOMANNO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:
I – armas, munições e explosivos;
II – bebidas alcoólicas;
III – produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV – fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V – revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI – bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave.

** Pena com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003.*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

Art. 244-A. Submeter criança ou adolescente, como tais definidos no *caput* do art. 2º desta Lei, à prostituição ou à exploração sexual:

Pena - reclusão de quatro a dez anos, e multa.

§ 1º Incorrem nas mesmas penas o proprietário, o gerente ou o responsável pelo local em que se verifique a submissão de criança ou adolescente às práticas referidas no *caput* deste artigo."

§ 2º Constitui efeito obrigatório da condenação a cassação da licença de localização e de funcionamento do estabelecimento.

** Artigo, caput, acrescido pela Lei nº 9.975, de 23/06/2000.*

.....

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 257. Descumprir obrigação constante dos artigos 78 e 79 desta Lei:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência, duplicando-se a pena em caso de reincidência, sem prejuízo de apreensão da revista ou publicação.

Art. 258. Deixar o responsável pelo estabelecimento ou o empresário de observar o que dispõe esta Lei sobre o acesso de criança ou adolescente aos locais de diversão, ou sobre sua participação no espetáculo:

Pena - multa de 3 (três) a 20 (vinte) salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até 15 (quinze) dias.

.....

.....

DECRETO-LEI Nº 3.689, DE 03 DE OUTUBRO DE 1941

Código de Processo Penal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o art. 180 da Constituição, decreta a seguinte Lei:

LIVRO I
DO PROCESSO EM GERAL

.....

TÍTULO IX
DA PRISÃO E DA LIBERDADE PROVISÓRIA

.....

CAPÍTULO II
DA PRISÃO EM FLAGRANTE

Art. 301. Qualquer do povo poderá e as autoridades policiais e seus agentes deverão prender quem quer que seja encontrado em flagrante delito.

Art. 302. Considera-se em flagrante delito quem:

I - está cometendo a infração penal;

II - acaba de cometê-la;

III - é perseguido, logo após, pela autoridade, pelo ofendido ou por qualquer pessoa, em situação que faça presumir ser autor da infração;

IV - é encontrado, logo depois, com instrumentos, armas, objetos ou papéis que façam presumir ser ele autor da infração.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.066, DE 2007

(Do Sr. Miguel Martini)

Dispõe sobre a colocação de advertência nas embalagens de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - As embalagens das bebidas alcoólicas produzidas e comercializadas no país conterão a seguinte advertência: *"O Ministério da Saúde adverte : " O álcool pode causar dependência e, em excesso, é prejudicial à saúde".*

Parágrafo único - Considera-se bebida alcoólica, para os efeitos desta lei, a bebida potável com teor alcoólico superior a 13º GL (treze graus Gay Lussac).

Art. 2º - São responsáveis pela confecção e pela colocação da advertência de que trata o "*caput*" do art. 1º:

I - o produtor;

II - o importador com sede no país;

III - o comerciante que adquirir bebida alcoólica produzida em outro Estado.

Parágrafo único - A advertência será redigida em caracteres legíveis, de forma a permitir sua imediata identificação pelo consumidor.

Art. 3º - A inobservância do disposto nesta lei sujeita o infrator a multa de 1.000 (mil) Unidades Fiscais de Referência -UFIRs -, cobrando-se esse valor em dobro em caso de reincidência.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor no prazo de 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de sua publicação.

Justificação

Implantar uma política séria de prevenção, prestando ao consumidor informação sobre a nocividade das bebidas alcoólicas, é um imperativo da ordem pública, não podendo o poder público permanecer omisso ou incentivar o

consumo do álcool, que hoje é um dos maiores causadores de doenças e de acidentes no trânsito, que podem levar à morte.

As alegações de que este projeto, transformado em lei, poderá causar transtornos às indústrias e ao comércio são inócuas, tendo em vista que os fabricantes de cigarros adotam similar conduta com relação aos seus produtos industrializados. A vida deve sobrepujar o lucro, sendo a informação um dos meios de educar e esclarecer sobre os males decorrentes do consumo excessivo de álcool. Contamos com a sensibilidade dos nobres pares para a aprovação deste projeto, por considerá-lo imprescindível à qualidade de vida do povo mineiro.

Brasília, 15 de maio de 2007

Dep. Miguel Martini
PHS/MG

PROJETO DE LEI N.º 1.925, DE 2007

(Do Sr. William Woo)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal."

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas deverão conter a advertência de que é proibida a sua venda a criança ou a adolescente.

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

"Art. 4°.....

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão as seguintes advertências:

I - "Evite o Consumo Excessivo de Álcool";

II – "É proibida a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas, sob pena de detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave, nos termos dos arts. 81, II, e 243 do Estatuto da Criança e do Adolescente (NR).'

Art. 3º Esta lei entra em vigor cento e vinte dias após a data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

De acordo com recente artigo publicado na "Revista de Saúde Pública"[2], os adolescentes constituem um grupo de risco peculiar entre os consumidores de bebidas alcoólicas em dois aspectos principais: a época de início do seu consumo e a forma como bebem.

A precocidade de início do uso de álcool é um dos fatores preditores mais relevantes de problemas futuros. O consumo antes dos 16 anos aumenta significativamente o risco para beber pesado na idade adulta, em ambos os sexos. Pesquisas indicam que quanto menor a idade mínima legal para o consumo de bebidas, maiores as possibilidades de ocorrência de acidentes de trânsito relacionados ao álcool, de traumatismos acidentais, homicídios, suicídios e acidentes com armas de fogo.

---

2 Rev. Saúde Pública v.41 n.4 São Paulo

Quanto à forma de beber, estudos apontam que 90% do álcool consumido por adolescentes nos Estados Unidos ocorre na forma abusiva (*binge drinking*), ou seja, a ingestão de cinco ou mais doses na mesma ocasião, para homens, ou quatro ou mais doses para mulheres. Este padrão de consumo expõe o organismo jovem a doses tóxicas de álcool, predispondo-o a uma série de comportamentos de riscos, como gravidez indesejada, doenças sexualmente transmissíveis e acidentes automobilísticos.

Este problema é relevante para a saúde e segurança pública do Brasil: um levantamento realizado em 2004 com 48 mil estudantes do ensino público fundamental e médio mostrou que 44,3% haviam feito uso de álcool nos 30 dias que antecederam a pesquisa e 11,7% dos adolescentes pesquisados relataram seu uso freqüente (seis ou mais vezes no mês).

A Organização Mundial de Saúde (OMS) propõe duas políticas de alta evidência de efetividade para diminuir os problemas relacionados ao consumo do álcool em adolescentes: o aumento do preço da bebida e a implementação e fiscalização da idade mínima para se beber. Esta última é a mais estudada, sendo consenso na literatura sua alta efetividade, elevado suporte científico, boa transposição cultural e baixo custo. Neste item, a disponibilidade comercial também desempenha papel relevante e vêm sendo conduzidas pesquisas em vários países para verificar com que facilidade os adolescentes obtêm bebidas alcoólicas em pontos de venda e de que forma a sua compra é realizada: diretamente, por meio de irmãos, amigos ou adquirindo as bebidas em casa.

Assim, procuramos dar a nossa contribuição para prevenir este grave problema de saúde pública, para o que contamos com o apoio de nossos ilustres Pares nesta Casa.

Sala das Sessões, em 30 de agosto de 2007.

Deputado William Woo

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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. 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. 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.

.....

.....

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:
I - armas, munições e explosivos;
II - bebidas alcoólicas;
III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V - revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

LIVRO II

PARTE ESPECIAL

.....

TÍTULO VII
DOS CRIMES E DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I
DOS CRIMES

.....

Seção II
Dos Crimes em Espécie

.....

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:

Pena - detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave.

** Artigo com redação dada pela Lei nº 10.764, de 12/11/2003.*

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:

Pena - detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

Art. 244-A. Submeter criança ou adolescente, como tais definidos no *caput* do art. 2º desta Lei, à prostituição ou à exploração sexual:

Pena - reclusão de quatro a dez anos, e multa.

§ 1º Incorrem nas mesmas penas o proprietário, o gerente ou o responsável pelo local em que se verifique a submissão de criança ou adolescente às práticas referidas no *caput* deste artigo."

§ 2º Constitui efeito obrigatório da condenação a cassação da licença de localização e de funcionamento do estabelecimento.

** Artigo, caput, acrescido pela Lei nº 9.975, de 23/06/2000.*

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.026, DE 2007

(Do Sr. Augusto Carvalho)

Altera o art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas".

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4° A propaganda comercial de bebida alcoólica, seja qual for seu teor, somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e às seis horas."

Art. 2° Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei n° 9.294, de 1996, que instituiu critérios restritivos para a propaganda de tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, ao se referir às bebidas alcoólicas, permite que sua propaganda seja feita apenas no intervalo entre as 21 e as 6 horas. E, no caso, usa a expressão de forma a mais ampla, sem qualquer limitação quanto a seu teor alcoólico.

Sucede que o Decreto n° 2.108, de 01.10.1996, que regulamentou a Lei n° 9.294, inovou, por inteiro, limitando, em seu texto, aquilo que a Lei regulamentada não o fez. E, no caso, excluiu das restrições publicitárias ali definidas todas as bebidas potáveis com teor alcoólico inferior a 13 graus Gay Lussac (GL), como se pode ler no art. 8° do mencionado diploma legal.

Uma leitura, ainda que menos cuidadosa, pode entender como benéfica a intromissão dessa limitação no texto legal, embora a lei assim regulamentada não o tenha feito, porque o que pretendeu fazer foi restringir, naquele horário, a propaganda de toda e qualquer bebida alcoólica, independentemente, portanto, de seu índice Gay Lussac.

Esta intromissão indevida, tal como o é a de um decreto do Poder Executivo pretendendo modificar uma decisão do Poder Legislativo, definindo limites ali onde a lei original não definiu, já é, de si, condenável. E, quando se tem em mente a idéia que presidiu à elaboração daquela lei, que é exatamente a de limitar a propaganda de bebidas alcoólicas, quaisquer que elas sejam, diante do perigo que representam para a saúde e, mais ainda, para o relacionamento social, vamos encontrar que o teor menor de 13 graus abrange exatamente o segmento das cervejas, aquelas bebidas que, hoje, em qualquer horário da televisão e do rádio e em muitas páginas de jornais e revistas, insinua – e quase sempre maliciosamente – aos jovens que é bom beber. E se esta idéia contradiz o disposto na lei original, não pode, em qualquer hipótese, constar do decreto que a regulamentou.

Assim, o que estou pretendendo com esta proposição é, antes de mais nada, restaurar o exato sentido do texto original, ou seja, o de não colocar qualquer limitação, quanto ao teor alcoólico, nas restrições à propaganda dessas beberagens. Depois, é protestar quanto a essa autêntica usurpação do poder de legislar, que nos cabe, a nós parlamentares, em especial naqueles casos em que referida usurpação foi feita em benefício - impossível negar - de um dos maiores produtores de bebidas alcoólicas que é o segmento das cervejas.

Na certeza de que meus ilustres Pares, nesta Casa, entenderão os propósitos que nos levaram a formular este projeto de lei, creio poder contar com sua necessária aprovação.

Sala das Sessões, em 12 de setembro de 2007.

Deputado AUGUSTO CARVALHO
PPS/DF

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. 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. 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.

.....

.....

DECRETO Nº 2.018, DE 1 DE OUTUBRO DE 1996

Regulamenta a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebibas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição.

.....

CAPÍTULO III
DA PROPAGANDA E ROTULAGEM DE BEBIDAS

Art. 8° A propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre às vinte e uma e às seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° As chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos indicados no *caput* deste artigo, em estádios, veículos de competição e locais similares, bem como em eventos alheios a 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.

Art. 9° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de que trata o artigo anterior deverão conter, de forma legível e ostensiva, além dos dizeres obrigatórios previstos pelas Leis ns. 7.678, de 8 de novembro de 1988, e 8.918, de 14 de julho de 1994 e seus regulamentos, a expressão: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.035, DE 2007

(Do Sr. Raimundo Gomes de Matos)

Altera redação do caput do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1° O caput do art. 2° da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2° É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumigero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público"

.....

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Nos últimos anos, vem se verificando uma substancial redução do consumo de cigarros resultante de campanhas de esclarecimento sobre o potencial nocivo do fumo e os malefícios do hábito destrutivo de fumar que leva à morte precoce de grande número de pessoas.

O Brasil vem adotando medidas que ampliam as restrições ao hábito de fumar e proibem a propaganda comercial de produtos fumígeros e derivados de tabaco.

Um dos diplomas legais que marcaram época no movimento antitabagista é a **Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,** que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas". Estas coibições impostas foram posteriormente ampliadas e aprofundadas com a edição das **Leis nº 10.167, de 27/12/2000 e nº 10.702, de 14/07/2003.**

Estas referidas Leis não são mais do que a explicitação do disposto no **§ 4º do art. 220 da Constituição Federal** que determina a adoção de restrições legais à propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias com o objetivo de "garantir à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente".

A **Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,** estabelece, no caput do seu art. 2º, a vedação ao uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público.

O referido dispositivo, porém, em sua parte final, permite exceções: **"salvo em área destinada exclusivamente a este fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente".**

A ressalva permitida pelo legislador abriu as portas para que bares, restaurantes e outros espaços criassem ambientes para "fumantes" e para "não-fumantes" e para o surgimento de "fumódromos", considerados, hoje, pela OMS como "ilusão de proteção".

Entendemos que **o fumo tem que ser banido totalmente em ambientes fechados** e é nesta linha que o Ministério da Saúde estabeleceu, em 2007, para o "Dia Nacional de Combate ao Fumo", o lema: **"Ambientes Livres do Tabaco".**

A proibição do uso do fumo em ambientes fechados será uma medida de defesa do direito à saúde e de proteção aos fumantes passivos. Estudos revelam que "a fumaça aspirada pelo não-fumante apresenta níveis oito vezes maiores de monóxido de carbono, três vezes maiores de nicotina e de até 50 vezes maiores de alcatrão, nitrosaminas e outras substâncias cancerígenas do que.a fumaça tragada pelo próprio fumante ativo". A "fumaça secundária" (que sai da ponta do cigarro e não passa pelo filtro) é o principal componente da PTA - "poluição tabágica ambiental". Por isso, segundo a OMS, "os fumantes passivos têm um risco 23% maior de desenvolver doença cardiovascular e 30% mais possibilidades de se tornarem portadores de câncer de pulmão".

O tabagismo mata 5 milhões de pessoas por ano no mundo, sendo que, destas mortes, 200.000 ocorrem no Brasil. Está associado a 40% das mortes por câncer, 90% das mortes de câncer no pulmão, 25% das mortes por doença coronariana, 85% das mortes por doença pulmonar obstrutiva crônica, 25% das mortes por doença cérebro-vascular. Na

gestação está associado a maior risco de aborto espontâneo, morte perinatal, prematuridade, recém nascido de baixo peso.

O tabagismo passivo - a que está exposta cerca de 80% da população - vem sendo responsável direto por acentuados casos de câncer de pulmão e infartos em adultos e de asmas, pneumonias e otites em crianças. Hoje estima-se que seja o tabagismo passivo a 3ª maior causa de mortes evitável no mundo, subsequente ao tabagismo ativo e ao consumo excessivo de álcool.

O câncer de pulmão em 90% dos casos está associado ao consumo de derivados do tabaco. Entre os 10% restantes, 1/3 é de fumantes passivos que vivem em ambientes fechados com fumantes causa um risco 30% maior de câncer de pulmão.

O tabagismo é o principal fator de risco do câncer do pulmonar devido a presença na fumaça do tabaco do alcatrão, que concentra 43 substâncias comprovadamente cancerígenas para o homem.

Algumas iniciativas louváveis vêm sendo tomadas com vistas à proibição total do uso do fumo em ambientes fechados. Merece destaque o **"Selo Antitabagista"**, instituído pelo Governo do Estado de São Paulo e concedido a todo estabelecimento que participar do "Programa de Promoção de Ambientes Livres do Tabaco", vetando, sem exceções, o uso do cigarro em suas dependências.

O **"Selo"** tem uma importante função didática e tudo que venha contribuir para a redução do uso do fumo merece ser acatado. É importante, porém, que exista uma legislação federal que imprima obrigatoriedade e estabeleça sanções pelo não cumprimento. Por isso, estamos propondo à consideração do Congresso Nacional o presente **Projeto de Lei que dá nova redação ao caput do art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, suprimindo a parte final deste dispositivo.** Transformada em norma jurídica, temos certeza, contribuirá, decisivamente, para banir o fumo em ambientes fechados, a exemplo do que já acontece em vários países do mundo.

Dada a relevância social da Proposta, esperamos contar com o apoio dos nobres Pares na sua rápida apreciação e aprovação

Sala das Sessões, em 13 de setembro de 2007

Deputado RAIMUNDO GOMES DE MATOS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5° Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6° A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

LEI Nº 9.294, DE 15 DE JUNHO 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. 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, 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 só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º. Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º. Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 3° 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 § 2° acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem.

....." (NR)

Art. 8°. O art. 7° da Lei n° 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4°, renumerando-se o atual § 4° para § 5°:

.....

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória n° 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9° e 10 do Decreto-Lei n° 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4° do Decreto-Lei n° 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3° da Lei n° 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5°, os incisos XI, XII e XIII do art. 7°, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei n° 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180° da Independência e 113° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

LEI N° 10.702, DE 14 DE JULHO DE 2003

Altera a Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1°. A Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art.3°A.....

.....

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;
IX - a venda a menores de dezoito anos.

§ 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.

§ 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. "(NR)

" Art. 3ºC. A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 fumígeros, 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 seqüencialmente, 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. " (NR)

"Art.9°.....

.....

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3° A, as sanções previstas na Lei n° 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei n° 8.069, de 13 de julho de 1990.

.....

§ 5° O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. " (NR)

Art. 2°. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 14 de julho de 2003; 182° da Independência e 115° da República.

JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA
Humberto Sérgio Costa Lima
Agnelo Santos Queiroz Filho
Márcio Favilla Lucca de Paula
José Dirceu de Oliveira e Silva

PROJETO DE LEI N.º 2.134, DE 2007

(Da Srª Rita Camata e outros)

Altera o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera o parágrafo único do Art. 1º da Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

Art. 2º O parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, 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 0,5 (meio) grau Gay Lussac."

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

Justificativa

O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de cerveja. Ela ocupa a segunda posição em vendas no segmento, vindo logo atrás dos refrigerantes. O perfil dos consumidores é de jovens de baixo poder aquisitivo. No ano de 2005 foi realizado Levantamento Domiciliar Nacional pela Secretaria Nacional Antidrogas, que identificou aumento de dependentes do álcool para 12,3% da população. Outro levantamento, feito com estudantes em 27 capitais mostrou que o primeiro uso de álcool se dá por volta de doze anos de idade, e ocorre principalmente no ambiente familiar. Cerveja ou chope são as bebidas mais consumidas no país, correspondendo a 61% de todas as doses anuais ingeridas.

Não podemos deixar de salientar ainda a estreita relação de bebida e acidentes de trânsito. A maior parte das mortes nestes acidentes ocorre entre jovens. Entre pessoas do sexo masculino de 15 a 34 anos de idade, a causa principal de morte é por homicídio, seguida por acidentes de trânsito. Assim, fica evidente a relevância de se buscar limitar o consumo e a conscientizar a população dos riscos que corre e aos quais expõe outras pessoas ao fazer uso abusivo de bebidas alcoólicas, inclusive – ou principalmente - as de baixo teor.

Ocorre que a Lei nº 9.294, de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas estabelece como bebida alcoólica apenas aquela com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac. Tal disposição vai de encontro aos objetivos da Política Nacional sobre o Álcool, instituída pelo Decreto n.º 6.117, de 22 de maio de 2007. Para os efeitos desta Política, é considerada bebida alcoólica a que contiver 0,5 grau Gay-Lussac ou mais de concentração. Aí estão incluídas bebidas destiladas, fermentadas, além das misturas de refrigerantes e destilados ou mesmo preparações farmacêuticas.

A Política pretende atenuar e prevenir danos resultantes do consumo de álcool em situações específicas. No que concerne à saúde, é imprescindível se adotar o conceito mais amplo de bebidas alcoólicas. Persistem nas estatísticas brasileiras números inaceitáveis de crimes, violências e acidentes provocados pela ingestão excessiva de bebidas alcoólicas, inclusive as cervejas ou "ices" – justamente as que têm menor teor de álcool.

O prejuízo à vida humana, aos cofres do Sistema Único de Saúde e à economia nacional, não apenas em termos de mortes e incapacidades, mas também de absenteísmo, é inegável. Não incluímos aí o sofrimento da vítima e famílias, e o prejuízo de toda a sociedade.

Assim, entendemos que a presente proposição contribui para assegurar as condições de saúde da população. Além dos danos a outras pessoas, o álcool pode causar no bebedor problemas graves, como cirrose, pancreatite ou câncer em diferentes órgãos.

Em situação como esta não podemos transigir na defesa da posição que favorece a saúde e protege os brasileiros de uma série de agravos reconhecidamente atribuíveis à ingesta de álcool. Neste caso, sem sombra de dúvida, considerar bebidas com menor teor alcoólico para os efeitos da execução desta Política de redução de danos é essencial.

Sala das Sessões, em 26 de setembro de 2007.

Deputada Rita Camata
PMDB/ES

Deputado Darcísio Perondi
PMDB/RS

Deputado Germano Bonow
DEM/RS

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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal.

Art. 1° 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 § 4° 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. 2° 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.

.....

DECRETO N° 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

Art. 1° Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2° A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.369, DE 2007

(Do Sr. Juvenil Alves)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em sítios eletrônicos da rede mundial de computadores (Internet) e dá providências correlatas.

DESPACHO:
APENSE-SE (AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º É proibida a comercialização de bebidas alcoólicas em sítios eletrônicos da rede mundial de computadores (internet).

Art. 2º O não cumprimento do disposto no art. 1º desta Lei constitui infração sanitária, sujeitando os infratores às penalidades da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977.

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará a presente lei, no prazo de 60 (sessenta) após sua publicação, e designará órgão ou autarquia responsável pela fiscalização e aplicação de penalidades.

Art. 4.º Esta Lei entre em vigor quarenta e cinco dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É tarefa constante dos Poderes Legislativo e Executivo, aliados aos demais segmentos sociais engajados no assunto, o combate ao uso de drogas, tornando-se sempre necessária a atenção para a articulação de políticas públicas e elaboração de leis que objetivem, no mínimo, desestimular o consumo de drogas entre os brasileiros ou, ainda, fazer valer as disposições legislativas que disciplinam e regulam o uso de drogas legalizadas, tais como álcool e tabaco.

O álcool, como é sabido, é droga maléfica como qualquer outra, com o diferencial de ser legalizada. Cotidianamente consumida por adolescentes e adultos, muitas vezes conduz seus adeptos à degradante situação de dependência. Assim como as demais drogas, acarreta problemas de saúde, violência, segurança pública e acidentes de trânsito, com a agravante de ser a droga mais consumida no Brasil e no mundo.

A Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD) do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, em parceria com outros órgãos e entidades atuantes, realizou o I Levantamento Nacional sobre os Padrões de Consumo de Álcool na População Brasileira, em que ficou ratificado, dentre outros dados, que o uso indevido do álcool é um dos principais fatores que contribui para a diminuição da saúde mundial, sendo responsável por 3,2% de todas as mortes e por 4% de todos os anos perdidos de vida útil. Afirma a SENAD, ainda, que esses índices, quando analisados em relação à América Latina, demonstram que o álcool assume uma importância ainda maior: cerca de 16% dos anos de vida útil perdidos neste continente estão relacionados ao uso indevido de bebidas alcoólicas, índice quatro vezes maior do que a média mundial.

Diante de tal realidade, nota-se uma amplo espectro de facilidades que são colocadas à disposição de consumidores de álcool, sendo uma delas a possibilidade de aquisição de bebidas alcoólicas através de sítios eletrônicos.

O conforto oferecido é, no mínimo, tentador. Com um singelo toque de botão o consumidor pode, hoje em dia, comprar e receber, por sistema de *delivery*, bebidas alcoólicas, nacionais ou importadas, sem precisar sair de casa.

No contexto das empresas que vendem bebidas alcoólicas ao público internauta não há, todavia, qualquer espécie de ato de fiscalização que investigue, de alguma forma, a verdadeira identidade daquele que tem acesso ao sítio para adquirir bebida alcoólica por meio de *e-commerce*. Em países desenvolvidos, a exemplo dos Estados Unidos, muitas unidades federativas possuem legislação específica que coíbe a comercialização de bebida alcoólica pela *internet*.

A oferta de bebidas alcoólicas pela *internet*, atualmente desenvolvida eletronicamente por dezenas de empresas do ramo de bebidas e redes de supermercados, facilita deveras o anonimato e, principalmente, o acesso de menores de idade aos referidos sítios eletrônicos. Malgrado alguns sítios brasileiros exigirem o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) para que a compra seja finalizada, a exigência limita-se, basicamente, à digitação do referido número como mera etapa de preenchimento de ficha cadastral. Significa dizer que menores de idade, por exemplo, que já possuem CPF, podem comprar bebidas

alcoólicas pela *internet* sem qualquer óbice ou especulação por parte da empresa vendedora.

De outra banda, correta e adequada é a Resolução nº 15, da ANVISA, de 17 de janeiro de 2003, que regulamenta disposições da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e, em seu texto, considera a rede mundial de computadores (internet) local inadequado para a venda de produtos derivados de tabaco e prevê penalidades para o seu descumprimento. Na mesma linha de pensamento, não se pode mais admitir ou justificar a comercialização de bebidas alcoólicas através de *e-commerce*.

Diante da relevância de um bem maior, que é a saúde pública, faz-se necessário o apoio dos Ilustres Pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 6 de novembro de 2007.

Deputado **JUVENIL ALVES**

Líder do PRTB

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 6.437, DE 20 DE AGOSTO DE 1977

Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 1º As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.

Art. 2º Sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis, as infrações sanitárias serão punidas, alternativa ou cumulativamente, com as penalidades de:

I - advertência;

II - multa;

III - apreensão de produto;

IV - inutilização de produto;

V - interdição de produto;

VI - suspensão de vendas e/ou fabricação de produto;

VII - cancelamento de registro de produto;

VIII - interdição parcial ou total do estabelecimento;

IX - proibição de propaganda;

** Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

X - cancelamento de autorização para funcionamento da empresa;

** Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI - cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento;

** Inciso com redação dada pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

XI-A - intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera.

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º -A A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

** § 1º-A acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 20.000,00 (vinte mil reais);

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

II - nas infrações graves, de R$ 20.000,00 (vinte mil reais) a R$ 50.000,00 (cinqüenta mil reais);

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 50.000,00 (cinqüenta mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

** Inciso acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998 (DOU de 21/08/1998, em vigor desde a publicação).*

§ 1º - B. As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

** § 1º-B acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º - C. Aos valores das multas previstas nesta Lei aplicar-se á o coeficiente de atualização monetária referido no parágrafo único do art. 2º da Lei nº 6.205, de 29 de abril de 1975.

** § 1º-C acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

§ 1º - D. Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator."

** § 1º-D acrescido pela Lei nº 9.695, de 20/08/1998.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

Art. 12. Os arts. 2º e 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

XII - imposição de mensagem retificadora;

XIII - suspensão de propaganda e publicidade.

§ 1º A pena de multa consiste no pagamento das seguintes quantias:

I - nas infrações leves, de R$ 2.000,00 (dois mil reais) a R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

II - nas infrações graves, de R$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) a R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

III - nas infrações gravíssimas, de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

§ 2º As multas previstas neste artigo serão aplicadas em dobro em caso de reincidência.

§ 3º Sem prejuízo do disposto nos arts. 4º e 6º desta Lei, na aplicação da penalidade de multa a autoridade sanitária competente levará em consideração a capacidade econômica do infrator." (NR)

"Art.10. .....

.....

V - .....

pena - advertência, proibição de propaganda, suspensão de venda, imposição de mensagem retificadora, suspensão de propaganda e publicidade e multa." (NR)

.....

XVIII - importar ou exportar, expor à venda ou entregar ao consumo produtos de interesse à saúde cujo prazo de validade tenha se expirado, ou apor-lhes novas datas, após expirado o prazo;

.....

XXVIII - .....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto, interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para o funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXIX - .....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto; suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXX - .....

pena - advertência, apreensão e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou fabricação do produto, cancelamento do registro do produto e interdição parcial ou total do estabelecimento, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XXXI - .....

pena - advertência, apreensão, inutilização e/ou interdição do produto, suspensão de venda e/ou de fabricação do produto, cancelamento do registro do produto; interdição parcial ou total do estabelecimento; cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento, proibição de propaganda e/ou multa;

XXXII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIII - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por empresas administradoras de terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículos terrestres:

pena - advertência, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento e/ou multa;

XXXIV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas à importação ou exportação, por pessoas física ou jurídica, de matérias-primas ou produtos sob vigilância sanitária:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXV - descumprimento de normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias relacionadas a estabelecimentos e às boas práticas de fabricação de matérias-primas e de produtos sob vigilância sanitária:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVI - proceder a mudança de estabelecimento de armazenagem de produto importado sob interdição, sem autorização do órgão sanitário competente:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVII - proceder a comercialização de produto importado sob interdição:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXVIII - deixar de garantir, em estabelecimentos destinados à armazenagem e/ou distribuição de produtos sob vigilância sanitária, a manutenção dos padrões de identidade e qualidade de produtos importados sob interdição ou aguardando inspeção física:
pena - advertência, apreensão, inutilização, interdição, cancelamento da autorização de funcionamento, cancelamento do registro do produto e/ou multa;
XXXIX - interromper, suspender ou reduzir, sem justa causa, a produção ou distribuição de medicamentos de tarja vermelha, de uso continuado ou essencial à saúde do indivíduo, ou de tarja preta, provocando o desabastecimento do mercado:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;
XL - deixar de comunicar ao órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde a interrupção, suspensão ou redução da fabricação ou da distribuição dos medicamentos referidos no inciso XXXIX:
pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa;

XLI - descumprir normas legais e regulamentares, medidas, formalidades, outras exigências sanitárias, por pessoas física ou jurídica, que operem a prestação de serviços de interesse da saúde pública em embarcações, aeronaves, veículos terrestres, terminais alfandegados, terminais aeroportuários ou portuários, estações e passagens de fronteira e pontos de apoio de veículo terrestres:

pena - advertência, interdição total ou parcial do estabelecimento, cancelamento do registro do produto, cancelamento de autorização para funcionamento da empresa, cancelamento do alvará de licenciamento do estabelecimento e/ou multa.

....." (NR)

.....

.....

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 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.

* § 2º com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/08/2001 (DOU de 24/08/2001 - em vigor desde a publicação).

* O texto anterior dizia:

"§ 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."

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

RESOLUÇÃO RDC N.º 15, DE 17 DE JANEIRO DE 2003

Regulamenta disposições dadas pela Lei n.º 9.294 de 15 de julho de 1996.

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, no uso da atribuição que lhe confere o art. 11 inciso IV do Regulamento da ANVISA aprovado pelo Decreto n.º 3.029, de 16 de abril de 1999, c/c o § 1º do art. 111 do Regimento Interno aprovado pela Portaria n.º 593, de 25 de agosto de 2000, republicada no DOU de 22 de dezembro de 2000, em reunião realizada em 15 de janeiro de 2003,

considerando o disposto na Lei n.º 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que determina a regulamentação, o controle e a fiscalização dos produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública;

considerando o disposto na Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, que proíbe vender, fornecer ou entregar à criança ou ao adolescente produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica;

considerando a Internet um sistema global de rede computadores, que possibilita um intercâmbio de informações sem precedentes na história, de forma rápida, eficiente e sem limitação de fronteiras e que o público jovem a utiliza amplamente como fonte de informações e aquisição de produtos;

considerando que o objetivo de se restringir a publicidade do tabaco é reduzir a crescente experimentação de cigarros por crianças e adolescentes e o impacto do adoecimento e mortalidade que o consumo do tabaco causa;

considerando o aumento expressivo do tabagismo, que acarretou, no mundo, a perda de pelo menos 3,5 milhões de vidas em 1998, estimando-se em 10 milhões a cada ano até o ano de 2030, sendo 70% delas em países em desenvolvimento;

adotou a seguinte Resolução da Diretoria Colegiada e eu, Diretor Presidente-Substituto, determino a sua publicação:

Art. 1º Para cumprimento do artigo 3º da Lei n.º 9.294 de 15 de julho de 1996, com as alterações dadas pela Lei n.º 10.167, de 27 de dezembro de 2000, considera-se:

I- propaganda de produtos derivados do tabaco: qualquer forma de divulgação, seja por meio eletrônico, inclusive internet, por meio impresso, ou qualquer outra forma de comunicação ao público, consumidor ou não dos produtos, que promova, propague ou dissemine o produto derivado do tabaco, direta ou indiretamente, realizada pela empresa responsável pelo produto ou outra por ela contratada;

Parágrafo único. Consideram-se, inclusive, abrangidas na definição acima a divulgação de catálogos ou mostruários de produtos derivados do tabaco, tanto na forma

impressa como por meio eletrônico; a divulgação do nome de marca e elementos de marca de produto derivado do tabaco ou da empresa fabricante em produtos diferentes dos derivados do tabaco; a associação do nome de marca e elementos de marca do produto ou da empresa fabricante a nomes de marcas de produtos diferentes dos derivados do tabaco, a nomes de outras empresas ou de estabelecimentos comerciais; bem como qualquer outra forma de comunicação ou ação que promova os produtos derivados do tabaco, atraindo a atenção e o interesse da população, seja ela consumidora ou não dos produtos, e possa estimular o consumo ou a iniciação do uso.

II - parte interna do local de venda: área fisicamente delimitada localizada no interior do estabelecimento comercial e destinada à venda de produtos derivados do tabaco e seus acessórios.

Art. 2º A rede mundial de computadores (internet) não é considerada local de venda de produtos derivados de tabaco, sendo, portanto, vedada a oferta e venda de quaisquer destes produtos por este meio em todo o território nacional.

Art. 3º Fica estabelecido o prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data da publicação, para o cumprimento do disposto nesta Resolução.

Art.4º O não cumprimento aos termos desta Resolução constitui infração sanitária, sujeitando os infratores às penalidades da Lei n 6.437, de 20 de agosto de 1977 e demais disposições aplicáveis.

Art. 5º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

CLAUDIO MAIEROVITCH PESSANHA HENRIQUES

PROJETO DE LEI N.º 2.549, DE 2007

(Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

Restringe a venda e uso de produtos derivados do tabaco e estabelece o ressarcimento do Poder Público pelas empresas produtoras de produtos derivados de tabaco.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1° Esta lei restringe a venda e uso de produtos derivados do tabaco e estabelece o ressarcimento do Poder Público pelas empresas produtoras de produtos derivados de tabaco quando comprovado o vínculo entre o dano à saúde tratado pelo sistema de saúde e o uso dos produtos referidos.

Art. 2° Fica proibido o uso de produtos derivados do tabaco em locais fechados de uso público, como escolas, igrejas, repartições públicas, escritórios, bares, restaurantes e ginásios.

§ 1° O descumprimento do estabelecido no **caput** sujeita o infrator e o estabelecimento em que ocorra a multa de até R$ 2500,00, que será triplicada em caso de reincidência.

§ 2° O Poder Executivo determinará o que se considera locais fechados de uso público estabelecidos no **caput.**

Art. 3° Fica proibida a fabricação, instalação, operação e importação de máquinas destinadas à venda de produtos derivados de tabaco.

Parágrafo único. O descumprimento do estabelecido no caput sujeita o infrator e o estabelecimento em que ocorra a multa de até R$ 25.000,00, que será triplicada em caso de reincidência.

Art. 4° As empresas que produzam produtos derivados de tabaco deverão indenizar o Poder Público pelos gastos do Sistema Único de Saúde relacionados a doenças comprovadamente relacionadas ao uso de produtos derivados de tabaco.

Parágrafo único. A definição das doenças referidas no **caput**, a definição de valores e a forma de ressarcimento serão definidas com a participação de representantes do poder público, dos usuários do sistema de saúde e dos produtores de produtos derivados de tabaco.

Art. 5° O Poder Executivo regulamentará o disposto nesta lei.

Art. 6° Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O uso de cigarro e outros derivados de tabaco trazem comprovados males à saúde. Devido à grande escala de propagação em nossa sociedade, pode ser considerado um problema de saúde pública.

Entedemos que é preciso uma posição forte da sociedade e do poder público brasileiro nesta questão, e por isso apresentamos nesse Projeto de Lei algumas iniciativas que consideramos pertinentes e que podem ser apresentadas como um pacote anti-tabagismo. Diminuir progressivamente a presença do cigarro entre nós será um ganho para esta e as próximas gerações.

Sala das sessões, 05 de dezembro de 2007

DEP. JORGE TADEU MUDALEN
DEM/SP

PROJETO DE LEI N.º 2.658, DE 2007

(Do Sr. Vital do Rêgo Filho)

Altera a redação do caput do art. 63 da Lei de Contravenções Penais (Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941) e acrescenta parágrafo único ao mesmo artigo, nos termos desta lei.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O art. 63, *caput*, da Lei de Contravenções Penais(Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941) passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 63 – Servir, colocar à disposição ou permitir o consumo de bebidas alcoólicas:

.....

Art. 2º. Acrescente-se ao art. 63 da Lei de Contravenções Penais (Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941), o seguinte Parágrafo único:

Parágrafo único. Aplica-se ao previsto no inciso I deste artigo, o aumento da pena em dobro.

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

JUSTIFICAÇÃO

O consumo inadequado, excessivo e desenfreado de bebida alcoólica por menores de 18 anos tem crescido bastante em todo o território nacional e causa preocupação.

Pesquisas e estatísticas apontam graves conseqüências do consumo de bebidas alcoólicas à saúde de adolescentes. Sejam em razão de instabilidade, perturbações emocionais e orgânicas, com interferência na aprendizagem escolar e na capacidade intelectual em geral, quer por integrarem famílias com consumidores excessivos e alcooldependentes ou por integrarem grupos de amigos jovens consumidores de tais bebidas, por simples diversão, especialmente em festas e posteriormente por hábito, o que é pior. Uns se envolvem com o uso abusivo de bebida alcoólica, alegando fuga da realidade, isto é, dos problemas de relações familiares potenciadoras da violência conjugal, dos maus tratos a menores, etc.

Portanto, estamos presenciando uma juventude cada vez mais deteriorada, dependente do álcool e às vezes de outros tipos de drogas que juntos resume a vida de muitos, a viciados. Infelizmente, por este motivo, nem chegam à idade adulta. Outros até atingem o início desta faixa etária, porém morrem por excesso de uso, ou por envolvimento em brigas ou rixas de grupos de adolescentes embriagados ou drogados. Também, em decorrência do abuso de bebidas alcoólicas, que somado ao hábito, exagero e à direção de veículos automotores os leva à morte, antes dos vinte e cinco anos de idade.

Embora existam leis que delimitam uma idade mínima legal para a aquisição de bebidas alcoólicas, também deve existir sanção mais severa e medida limitadora ou impeditiva ao fácil acesso físico ao álcool, por adolescentes, nos mais

variados locais onde possam ser encontradas essas bebidas, e entregues irresponsavelmente aos menores de 18 anos, permitindo dessa forma, o seu livre consumo.

O nosso intento ao elaborar o presente projeto, é na verdade uma contribuição fundamental à luta contra o consumo excessivo e abusivo de bebidas alcoólicas por menores de 18 anos de idade.

Conseqüentemente com a diminuição do consumo extremo dessas bebidas por adolescentes, teremos no futuro bem próximo, um número bem maior de jovens saudáveis compondo a população brasileira. Deixando para trás a triste estatística de um dos países que mais tem adolescentes viciados em álcool ou que perdem as suas vidas precocemente por causa dele.

Assim sendo, solicito o apoio dos nobres Colegas Parlamentares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 18 de dezembro de 2007.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

DECRETO-LEI Nº 3.688, DE 3 DE OUTUBRO DE 1941

Lei das Contravenções Penais

.....

PARTE ESPECIAL

.....

CAPÍTULO VII
DAS CONTRAVENÇÕES RELATIVAS À POLÍCIA DE COSTUMES

.....

Bebidas alcoólicas

Art. 63. Servir bebidas alcoólicas:

I - a menor de 18 (dezoito) anos;

II - a quem se acha em estado de embriaguez;

III - a pessoa que o agente sabe sofrer das faculdades mentais;

IV - a pessoa que o agente sabe estar judicialmente proibida de freqüentar lugares onde se consome bebida de tal natureza:

Pena - prisão simples, de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Crueldade contra animais

Art. 64. Tratar animal com crueldade ou submetê-lo a trabalho excessivo:

Pena - prisão simples, de 10 (dez) dias a 1 (um) mês, ou multa.

§ 1° Na mesma pena incorre aquele que, embora para fins didáticos ou científicos, realiza, em lugar público ou exposto ao público, experiência dolorosa ou cruel em animal vivo.

§ 2° Aplica-se a pena com aumento de metade, se o animal é submetido a trabalho excessivo ou tratado com crueldade, em exibição ou espetáculo público.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.733, DE 2008

(Do Poder Executivo)

MENSAGEM Nº 21/2008 - Urgência (§ 1º do art. 64 da CF)
AVISO Nº 40/2008 – C. Civil

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 4.846/94. ESCLAREÇO, POR OPORTUNO, QUE EM VIRTUDE DESTA APENSAÇÃO, O PL 4846/94, E SEUS APENSADOS, PASSARÃO A TRAMITAR NOS TERMOS DO ART. 64 DA CF. PUBLIQUE-SE.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

"Art. 1º-A Consideram-se bebidas alcoólicas, para todos os efeitos legais, as bebidas potáveis que contenham álcool em sua composição, com grau de concentração de meio grau Gay-Lussac ou mais."

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Fica revogado o parágrafo único do art. 1º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Brasília,

EMI Nº 14 - GSI/MJ/MS/MEC/

Brasília, 21 de janeiro de 2008.

Excelentíssimo Senhor Presidente da República,

1. Submetemos à elevada consideração da Vossa Excelência a anexa proposta de Projeto de Lei , que tem como objetivo alterar a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

2. Do uso social ao problemático, o álcool é a droga mais consumida no mundo. Segundo dados de 2004 da Organização Mundial de Saúde (OMS), aproximadamente 2 bilhões de pessoas consomem bebidas alcoólicas. Seu uso indevido é um dos principais fatores que contribui para a diminuição da saúde mundial, sendo responsável por 3,2% de todas as mortes e por 4% de todos os anos perdidos de vida útil.

3. O II Levantamento Domiciliar sobre o Uso de Drogas Psicotrópicas no Brasil, promovido pela Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD), em 2005, aponta que 12,3% das pessoas, com idades entre 12 e 65 anos, são portadores de alcoolismo e, cerca de 75% já beberam alguma vez na vida. Os dados também indicam o consumo de álcool em faixas etárias cada vez mais precoces e sugerem a necessidade de revisão das medidas de controle, prevenção e tratamento;

4. Em outra pesquisa realizada pela SENAD em parceria com a UNIFESP nas 27 capitais do Brasil, observou-se que 76% das crianças e adolescentes em situação de rua já havia consumido bebidas alcoólicas.

5. Outros estudos nacionais e internacionais têm demonstrado a ocorrência significativa de mortes e doenças associadas ao uso indevido de álcool. Relatos de violência

doméstica, lesões corporais, tentativas e homicídios consumados, assim como outras situações de conflitos interpessoais são cada vez mais evidentes em contextos nos quais o álcool se faz presente;

6. São de extrema relevância, também, dados do Ministério da Saúde apontando que no Brasil, triênio 1995-97, o alcoolismo ocupava o quarto lugar no grupo das doenças incapacitantes. Em 1996, a cirrose hepática de etiologia alcoólica foi a sétima maior causa de óbito na população acima de 15 anos. Os gastos públicos do Sistema Único de Saúde - SUS, com tratamento de dependentes de álcool e outras drogas em unidades extra-hospitalares, como os Centros de Atenção Psicossocial - Álcool e Drogas (CAPSad), atingiram, entre 2002 e junho de 2006, a cifra de R$ 36.887.442,95. Além disso, outros R$ 4.317.251,59 foram gastos em procedimentos hospitalares de internações relacionadas ao uso de álcool e outras drogas no mesmo período.

7. O Conselho Nacional Antidrogas - Conad, órgão superior do Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas- Sisnad instalou a Câmara Especial de Políticas Públicas sobre o Álcool - CEPPA, composta por diferentes órgãos governamentais e representantes da sociedade civil com o objetivo de discutir e propor alternativas de diminuição do impacto negativo do consumo excessivo do álcool na população. Em decorrência, o Governo Brasileiro aprovou a Política Nacional sobre o Álcool, de acordo com Decreto nº 6.117, de 22 de maio de 2007, que reflete a preocupação governamental e define as diretrizes norteadoras das ações de governo para tão importante questão. Referido Decreto vai além, e estipula um conjunto de medidas de caráter imediato para reduzir e prevenir os danos à saúde e à vida, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

8. Para que a Política Nacional sobre o Álcool alcance a plenitude almejada, uma medida importante é a adequação da legislação em vigor ao item III do Anexo I do já referido Decreto nº 6.117, de 22 de maio de 2007, que a estabeleceu, o que significa a redução de treze para meio grau Gay-Lussac o teor alcoólico a partir do qual, para todos os efeitos legais, uma bebida seja considerada como alcoólica.

9. A urgência desse Projeto se dá em razão do alto índice de consumo do álcool, que causa anualmente 1,8 milhão de mortes no mundo. Além disso, os gastos em procedimentos hospitalares de internações relacionadas ao uso de álcool e outras drogas, bem como de acidentes automobilísticos decorrentes do uso de álcool, vêm aumentando sobremaneira, trazendo graves conseqüências para elaboração e implantação de políticas públicas nessa área.

10. São essas, Senhor Presidente, as razões pelas quais viemos pleitear a decisão de Vossa Excelência pelo envio da proposta de Projeto de Lei anexa, preferencialmente nos termos do art. 64, § 1º da Constituição da República.

Respeitosamente,

Assinado por: Jorge Armando Felix, Tarso Genro, José Gomes Temporão e Fernando Haddad

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 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.

.....

.....

DECRETO Nº 6.117, DE 22 DE MAIO DE 2007

Aprova a Política Nacional sobre o Álcool, dispõe sobre as medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea "a", da Constituição,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovada a Política Nacional sobre o Álcool, consolidada a partir das conclusões do Grupo Técnico Interministerial instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que formulou propostas para a política do Governo Federal em relação à atenção a usuários de

álcool, e das medidas aprovadas no âmbito do Conselho Nacional Antidrogas, na forma do Anexo I.

Art. 2° A implementação da Política Nacional sobre o Álcool terá início com a implantação das medidas para redução do uso indevido de álcool e sua associação com a violência e criminalidade a que se refere o Anexo II.

.....

ANEXO I
POLÍTICA NACIONAL SOBRE O ÁLCOOL

I - OBJETIVO

1. A Política Nacional sobre o Álcool contém princípios fundamentais à sustentação de estratégias para o enfrentamento coletivo dos problemas relacionados ao consumo de álcool, contemplando a intersetorialidade e a integralidade de ações para a redução dos danos sociais, à saúde e à vida causados pelo consumo desta substância, bem como as situações de violência e criminalidade associadas ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas na população brasileira.

II - DA INFORMAÇÃO E PROTEÇÃO DA POPULAÇÃO QUANTO AO CONSUMO DO ÁLCOOL

2. O acesso e recebimento de informações sobre os efeitos do uso prejudicial de álcool e sobre a possibilidade de modificação dos padrões de consumo, e de orientações voltadas para o seu uso responsável, é direito de todos os consumidores.

3. Compete ao Governo, com a colaboração da sociedade, a proteção dos segmentos populacionais vulneráveis ao consumo prejudicial e ao desenvolvimento de hábito e dependência de álcool.

4. Compete ao Governo, com a colaboração da sociedade, a adoção de medidas discutidas democraticamente que atenuem e previnam os danos resultantes do consumo de álcool em situações específicas como transportes, ambientes de trabalho, eventos de massa e em contextos de maior vulnerabilidade.

III - DO CONCEITO DE BEBIDA ALCOÓLICA

5. Para os efeitos desta Política, é considerada bebida alcoólica aquela que contiver 0.5 grau Gay-Lussac ou mais de concentração, incluindo-se aí bebidas destiladas, fermentadas e outras preparações, como a mistura de refrigerantes e destilados, além de preparações farmacêuticas que contenham teor alcoólico igual ou acima de 0.5 grau Gay-Lussac.

IV - DIRETRIZES

6. São diretrizes da Política Nacional sobre o Álcool:

1 - promover a interação entre Governo e sociedade, em todos os seus segmentos, com ênfase na saúde pública, educação, segurança, setor produtivo, comércio, serviços e organizações não-governamentais;

2 - estabelecer ações descentralizadas e autônomas de gestão eexecução nas esferas federal, estadual, municipal e distrital;

3 - estimular para que as instâncias de controle social dos âmbitos federal, estadual, municipal e distrital observem, no limite de suas competências, seu papel de articulador dos diversos segmentos envolvidos;

4 - utilizar a lógica ampliada do conceito de redução de danos como referencial para as ações políticas, educativas, terapêuticas e preventivas relativas ao uso de álcool, em todos os níveis de governo;

5 - considerar como conceito de redução de danos, para efeitos desta Política, o conjunto estratégico de medidas de saúde pública voltadas para minimizar os riscos à saúde e à vida, decorrentes do consumo de álcool;
6 - ampliar e fortalecer as redes locais de atenção integral às pessoas que apresentam problemas decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas, no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS);
7 - estimular que a rede local de cuidados tenha inserção e atuação comunitárias, seja multicêntrica, comunicável e acessível aos usuários, devendo contemplar, em seu planejamento e funcionamento, as lógicas de território e de redução de danos;
8 - promover programas de formação específica para os trabalhadores de saúde que atuam na rede de atenção integral a usuários de álcool do SUS;
9 - regulamentar a formação de técnicos para a atuação em unidades de cuidados que não sejam componentes da rede SUS;
10 - promover ações de comunicação, educação e informação relativas às conseqüências do uso do álcool;
11 - promover e facilitar o acesso da população a alternativas culturais e de lazer que possam constituir alternativas de estilo de vida que não considerem o consumo de álcool;
12 - incentivar a regulamentação, o monitoramento e a fiscalização da propaganda e publicidade de bebidas alcoólicas, de modo a proteger segmentos populacionais vulneráveis ao consumo de álcool em face do hiato existente entre as práticas de comunicação e a realidade epidemiológica evidenciada no País;
13 - estimular e fomentar medidas que restrinjam, espacial e temporalmente, os pontos de venda e consumo de bebidas alcoólicas, observando os contextos de maior vulnerabilidade às situações de violência e danos sociais;
14 - incentivar a exposição para venda de bebidas alcoólicas em locais específicos e isolados das distribuidoras, supermercados e atacadistas;
15 - fortalecer sistematicamente a fiscalização das medidas previstas em lei que visam coibir a associação entre o consumo de álcool e o ato de dirigir;
16 - fortalecer medidas de fiscalização para o controle da venda de bebidas alcoólicas a pessoas que apresentem sintomas de embriaguez;
17 - estimular a inclusão de ações de prevenção ao uso de bebidas alcoólicas nas instituições de ensino, em especial nos níveis fundamental e médio;
18 - privilegiar as iniciativas de prevenção ao uso prejudicial de bebidas alcoólicas nos ambientes de trabalho;
19 - fomentar o desenvolvimento de tecnologia e pesquisa científicas relacionadas aos danos sociais e à saúde decorrentes do consumo de álcool e a interação das instituições de ensino e pesquisa com serviços sociais, de saúde, e de segurança pública;
20 - criar mecanismos que permitam a avaliação do impacto das ações propostas e implementadas pelos executores desta Política.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.746, DE 2008

(Do Sr. Vital do Rêgo Filho)

Determina aos proprietários ou responsáveis pelos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, a adoção de providências para cumprimento estrito do disposto no inciso II, do art. 81, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1016/2007.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Os proprietários ou responsáveis pelos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas, deverão nos termos desta lei, afixar aviso em local de fácil acesso ao público, a seguinte informação:

§ 1º. É proibida a venda de bebida alcoólica ao menor de 18 anos, mencionando o dispositivo legal aplicado: inciso II, do art. 81, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Parágrafo único. Entende-se estabelecimento para os fins desta lei, restaurantes, bares, lanchonetes, quiosques ou outros afins.

Art. 2º É obrigatória a apresentação da cédula de identidade ou documento equivalente, para a compra ou consumo de bebida alcoólica nos locais especificados no Parágrafo único do artigo antecedente.

Art. 3º O não cumprimento do previsto nesta lei implicará ao proprietário ou responsável pelo estabelecimento:

Pena - prisão simples, de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Parágrafo único. Aplica-se o aumento da pena em dobro, a partir da segunda autuação.

Art. 4º. Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É comum encontrarmos jovens eufóricos, falantes, empolgados

consumindo bebidas alcoólicas em determinados locais públicos à luz do dia e grupos ainda maiores à noite. Esta é uma realidade cristalina.

As autoridades policiais afirmem que fazem fiscalizações constantes e campanhas para "barrar" a venda da "droga legalizada" à crianças e adolescentes.

Segundo dados de conhecimento notório em todo o país, atos infracionais de maior gravidade – homicídios, assaltos, acidentes de trânsito e latrocínios – envolvendo menores de 18 anos, destes, cerca de 80% dos casos ocorrem por causa da embriaguez.

O Estatuto da Criança e do Adolescente proíbe expressamente a venda de bebidas alcoólicas à criança ou ao adolescente no artigo 81, inciso II, prevendo, inclusive, punição ao comerciante que desrespeitar a lei. Segundo o 1º Levantamento Nacional sobre Padrões de Consumo de Álcool na População Brasileira, realizado pela Secretaria Nacional Antidrogas, 95% dos entrevistados jovens disseram que "deveria haver um aumento na fiscalização dos comerciantes em relação à venda de bebidas alcoólicas para menores de idade".

A responsabilidade e o cuidado de manter a criança, e em especial, o adolescente longe do alcance de bebidas alcoólicas devem ser compartilhados, primeiro pela família, depois pelo Estado, e enfim, pela sociedade como um todo, coibindo essa prática que tem trazido transtornos à vida dos menores.

Assim sendo, solicito o apoio dos nobres Colegas Parlamentares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 11 de fevereiro de 2008.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências.

LIVRO I
PARTE GERAL

.....

TÍTULO III
DA PREVENÇÃO

.....

CAPÍTULO II
DA PREVENÇÃO ESPECIAL

.....

Seção II
Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:
I - armas, munições e explosivos;
II - bebidas alcoólicas;
III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;
V - revistas e publicações a que alude o art. 78;
VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.760, DE 2008

(Do Sr. Eduardo da Fonte)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que trata da propaganda de cigarros e bebidas alcoólicas, entre outros, para dispor sobre a divulgação desses produtos ao longo das rodovias federais.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivo na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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", para tratar da divulgação do cigarro e bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais.

Art. 2º Acrescente-se o seguinte art. 3º-D na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "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. 3º-D É proibida a propaganda de produtos fumígeros e bebidas alcoólicas ao longo das rodovias federais, exceto para divulgar os seus malefícios à saúde humana ou relacionar o seu uso a incêndios e acidentes de trânsito.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O art. 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que trata, entre outros aspectos, da propaganda de cigarros e bebidas alcoólicas, determina que a divulgação comercial desses produtos restrinja-se a pôsteres, painéis e cartazes dispostos na área interna dos locais de venda.

De plano, a proibição de se veicular mensagens ao longo das rodovias federais está coberta pela lei, que não contempla, no entanto, a divulgação dos malefícios causados pelos referidos produtos. Diante dessa constatação, optamos por apresentar este projeto de lei, que além de especificar a proibição referida, incentiva a divulgação dos males causados pelos produtos assinalados à saúde do ser humano e outras conseqüências como incêndios devidos a cigarros lançados acesos nas margens das rodovias, que muito freqüentemente têm causado danos ao meio ambiente, bem como acidentes de trânsito.

Nas pesquisas das causas dos acidentes de trânsito, o consumo de álcool ocupa um lugar relevante, que precisa ser descartado. Pela repetição, teor da informação e localização apropriada, a difusão de mensagens ao longo das rodovias mostrando os danos provocados pela ingestão de bebidas alcoólicas tem efeito direto sobre o condutor, podendo modificar o seu padrão de comportamento anti-social. Afinal, o ato de dirigir tem repercussões no ambiente comunitário e a condução perigosa sob o efeito do álcool pode ter desdobramentos indesejáveis.

Considerando o alcance social da proposta e sua contribuição para a segurança do trânsito, contamos com o apoio dos nossos Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 12 de fevereiro de 2008.

Deputado EDUARDO DA FONTE

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estimulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

LEI Nº 9.294, DE 15 DE JUNHO 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. 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.

** Artigo, caput, 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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."

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

**Artigo acrescido pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

I - a venda por via postal;

**Inciso acrescido pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

**Inciso acrescido pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

**Inciso acrescido pela Lei n° 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 n° 10.167, de 27/12/2000.*

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

**Inciso acrescido pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

**Inciso acrescido pela Lei n° 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 n° 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 n° 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.° 10.702, de 14/7/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

**Inciso acrescido pela Lei n.° 10.702, de 14/7/2003.*

§ 1° 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 n.° 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. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

**Parágrafo acrescido pela Lei n.º 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. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, 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 seqüencialmente, 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".

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de Agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º. Os dispositivos a seguir indicados da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, passam a vigorar com as seguintes alterações:

.....

Art. 7º. Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art.2º.....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art.3º.....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

Art. 8º. O art. 7º da Lei nº 9.294, de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 4º, renumerando-se o atual § 4º para § 5º:

.....

Art. 13. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.190-33, de 26 de julho de 2001.

Art. 14. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 15. Ficam revogados os arts. 9° e 10 do Decreto-Lei n° 891, de 25 de novembro de 1938, o art. 4° do Decreto-Lei n° 986, de 21 de outubro de 1969, o art. 82 da Lei n° 6.360, de 23 de setembro de 1976, o art. 3° da Lei n° 9.005, de 16 de março de 1995, o parágrafo único do art. 5°, os incisos XI, XII e XIII do art. 7°, os arts. 32 e 39 e seus parágrafos e o Anexo I da Lei n° 9.782, de 26 de janeiro de 1999.

Brasília, 23 de agosto de 2001; 180° da Independência e 113° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
José Serra
Martus Tavares

PROJETO DE LEI N.º 2.833, DE 2008

(Do Sr. Geraldo Pudim)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal a fim de instituir a proibição total de fumar em recintos coletivos.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2035/2007.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1 O art. 2º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a viger com a seguinte redação:

"*Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público.* (NR)

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

de teatro e cinema, casas de espetáculos, bares, restaurantes e qualquer local fechado destinado à utilização simultânea por várias pessoas. (NR)

.....

§ 3° Fica proibida a instalação de áreas isoladas destinadas aos fumantes nos recintos especificados no § 1° deste artigo."

Art. 2 Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco foi assinada pelo Brasil em junho de 2003, aprovada pela Câmara dos Deputados em maio de 2004, aprovada pelo Senado Federal em outubro de 2005 e promulgada, por meio do Decreto Legislativo nº 1.012, de 2005.

A Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco – CONICQ (órgão internacional formado pelos países que ratificaram essa convenção) recomendou o alinhamento das legislações nacionais às diretrizes de proibição total de fumar em ambientes públicos fechados, aprovadas pela Conferência das Partes da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (COP) na sua segunda sessão, em julho de 2007.

A proposição que se apresenta visa adotar essa proibição em nosso País, em função da gravidade dos riscos do tabagismo, que gera entre fumantes e não-fumantes (devido ao "tabagismo passivo") doenças graves e fatais, tais como câncer de pulmão, doenças cardiovasculares e doenças respiratórias. O projeto também se justifica pela inexistência de sistemas de ventilação eficientes para reduzir a exposição e os riscos causados pela fumaça ambiental de tabaco.

Para que a proibição total de fumar em recintos coletivos seja efetivada é necessário alterar a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, pois o seu art. 2° permite o uso de produtos fumígeros "em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente". Desse modo, o projeto que se apresenta excluiu tal possibilidade. Também se atualizou a definição de recinto coletivo, conforme entendimento expresso no Decreto n° 2.018, de 1º de outubro de 1996.

Ao ratificar a Convenção-Quadro, o Brasil assumiu o compromisso de adotar melhores práticas de saúde pública para proteger a população dos danos causados

pelo tabagismo. Diante da relevância desse tema, solicito o apoio dos ilustres Pares para aprovar a proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 18 de fevereiro de 2008.

Deputado GERALDO PUDIM

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1° Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5°, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2° É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3° Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4° A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estimulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....

.....

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 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, 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 só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

** Artigo, caput, 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 IV 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 VI 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 escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, 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 A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente 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 seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5º com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de

1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

.....

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

Faço saber que o Congresso Nacional aprovou, e eu, Renan Calheiros, Presidente do Senado Federal, nos termos do art. 48, inciso XXVIII, do Regimento Interno, promulgo o seguinte

DECRETO LEGISLATIVO Nº 1.012, DE 2005

Aprova o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica aprovado o texto da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso do Tabaco, assinada pelo Brasil, em 16 de junho de 2003.

Parágrafo único. Ficam sujeitos à aprovação do Congresso Nacional quaisquer atos que possam resultar em revisão dos termos da referida Convenção, bem como quaisquer ajustes complementares que, nos termos do inciso I do art. 49 da Constituição Federal, acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional.

Art. 2º Este Decreto Legislativo entra em vigor na data de sua publicação.

Senado Federal, em 27 de outubro de 2005

Senador Renan Calheiros
Presidente do Senado Federal

DECRETO Nº 2.018, DE 1º DE OUTUBRO DE 1996

Regulamenta a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebibas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,

DECRETA:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

Art. 2º Para os efeitos deste Decreto são adotadas as seguintes definições:

I - RECINTO COLETIVO: local fechado destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas, tais como casas de espetáculos, bares, restaurantes e estabelecimentos similares. São excluídos do conceito os locais abertos ou ao ar livre, ainda que cercados ou de qualquer forma delimitados em seus contornos;

II - RECINTOS DE TRABALHO COLETIVO: as áreas fechadas, em qualquer local de trabalho, destinadas a utilização simultânea por várias pessoas que nela exerçam, de forma permanente, suas atividades;

III - AERONAVES E VEÍCULOS DE TRANSPORTE COLETIVO: aeronaves e veículos como tal definidos na legislação pertinente, utilizados no transporte de passageiros, mesmo sob forma não remunerada.

IV - ÁREA DEVIDAMENTE ISOLADA E DESTINADA EXCLUSIVAMENTE A ESSE FIM: a área que no recinto coletivo for exclusivamente destinada aos fumantes, separada da destinada aos não-fumantes por qualquer meio ou recurso eficiente que impeça a transposição da fumaça.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.840, DE 2008

(Do Sr. Ricardo Izar)

Modifica e suprime dispositivos da Lei n° 9.294, de 15 de julho de 1996, restringindo a propaganda de bebidas alcoólicas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

Art. 1º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com as seguintes alterações:

I – O artigo 3º passa a vigorar com a redação abaixo:

"Art. 3º A propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígero, derivado ou não do tabaco, bem como das bebidas alcoólicas, só poderá ser realizada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda." (NR)

II – O caput do artigo 3º-A passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 3º desta Lei:

....." (NR)

III – Fica suprimido o artigo 4º. "

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Dados estatísticos bastante recentes, divulgados pela Polícia Rodoviária Federal, mostram que mais de meio milhão de pessoas já se envolveram em acidentes de trânsito, em 2007. Desse meio milhão, cerca de 85.000 cidadãos

foram colhidos pela morte ou por lesões corporais. Dados de outras fontes, de 2005, já situam em um milhão os acidentes de trânsito, ceifando cerca de 180 vidas por dia, segundo o Professor José Mauro Braz, médico da Universidade do Rio de Janeiro. Em suas palestras, assevera a autoridade que em cerca de 75% dos acidentes de trânsito no país, com vítimas fatais, existe um motorista alcoolizado envolvido. O Brasil está no topo da lista dos países com maior número de acidentes de trânsito no mundo.

Nem precisaríamos coletar esses dados, senhores deputados, quando sabemos da macabra realidade do país em matéria de acidentes de trânsito. É também inequívoco o efeito deletério da combinação de bebidas alcoólicas com o volante, produzindo tragédias que vitimizam famílias inteiras – basta assistir aos noticiários diários, ler jornais, revistas, observar ao redor de si.

Outro grande mal que vem sendo combatido institucionalmente em nosso país é a questão dos cigarros. Para os produtos fumígeros, é proibida a propaganda de seu consumo, contingenciada esta apenas ao interior dos pontos de venda, em pôsteres e cartazes. O fumante provoca um grande mal, isso é indiscutível. Mal para si próprio, de preferência, para não no adentrarmos na polêmica do fumante passivo. Já o motorista embriagado, este representa uma ameaça real à sociedade civil por inteiro, provocando mais mortes e tragédias que o vício do fumo.

Por outro lado, temos visto uma escalada surpreendente de propaganda de bebidas alcoólicas, principalmente cervejas, em horários vulneráveis das emissoras de rádio e TV, nos filmetes que antecedem a apresentação dos filmes, nos cinemas, em diversas outras formas, num incentivo explícito ao consumo desenfreado de bebidas, afetando diretamente a nossa juventude, mais passível à influência da mídia. Cresce assustadoramente a participação de nossos jovens no consumo de bebidas alcoólicas, com todas as conseqüências deletérias que isso traz para o futuro de nosso país.

Entendemos, assim, de restringir a publicidade das bebidas alcoólicas ao mesmo espaço permitido aos produtos fumígeros. Isso, certamente, até mesmo mais que a economia de vidas associada ao controle do tabagismo, poderá evitar dezenas de milhares de mortes de inocentes, em nossas estradas e nas zonas

urbanas, além de proteger nossos futuros cidadãos de um vício que, sabemos nós, causa dependência e preocupa toda a sociedade brasileira mais madura e consciente.

Sala das Sessões, em 19 de dezembro de 2008.

RICARDO IZAR
Deputado Federal

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. 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.

** Artigo, caput, 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 IV 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 VI com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000.*

§ 2° A propaganda conterá, 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 seqüencialmente, 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.

§ 3° A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

** § 3° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

§ 4° Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2° deste artigo serão seqüencialmente 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.

§ 5° A advertência a que se refere o § 2° deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será seqüencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses.

** § 5° com redação dada pela Lei n° 10.167, de 27/12/2000.*

Art. 3°-A Quanto aos produtos referidos no art. 2° desta Lei, são proibidos:

I - a venda por via postal;

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde;

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet;

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público;

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva;

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar;

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário;

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

** Inciso VIII com redação dada pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

IX - a venda a menores de dezoito anos.

** Inciso IX com redação dada pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

§ 1° 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.

** § 1° acrescido pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

§ 2° É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1°, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2° do art. 3°C, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação.

** § 2° acrescido pela Lei n.° 10.702, de 14/07/2003.*

***Vide Medida Provisória nº 2.190-34, de 23 de agosto de 2001.**

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.190-34, DE 23 DE AGOSTO DE 2001

Altera dispositivos das Leis nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, que configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 7º Os arts. 2º e 3º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º .....

.....

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo." (NR)

"Art. 3º .....

.....

§ 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 seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

§ 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.

....." (NR)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.010, DE 2008

(Do Sr. Wellington Fagundes)

Proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em rodovias federais e acresce dispositivo à Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º – Fica vedado, na faixa de domínio de rodovia federal ou em local contiguo à faixa de domínio com acesso direto à rodovia, a venda varejista e o oferecimento para consumo de bebidas alcoólicas.

§ 1º - O descumprimento ao disposto no **caput** implica multa de R$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais).

§ 2º - No caso de reincidência, a multa será aplicada em dobro e suspensa a autorização de funcionamento pelo prazo de dois anos.

§ 3º - Os estabelecimentos comerciais de bares, restaurantes e similares, na faixa de domínio de rodovia federal ou em local contíguo à faixa de domínio, que esteja no perímetro urbano de cidade, ficam desobrigados ao cumprimento do disposto no **caput**.

Art. 2º - O estabelecimento comercial situado na faixa de domínio de rodovia federal ou em local contíguo à faixa de domínio com acesso direto a rodovia que inclua entre sua atividade a venda e fornecimento de bebidas ou alimentos deverá fixar, em local de ampla visibilidade, aviso indicativo da vedação de que trata o art. 1º.

Parágrafo Único - O descumprimento do disposto no **caput** implica multa de R$ 200,00 (duzentos reais).

Art. 3º - Compete à Policia Rodoviária Federal a fiscalização e a aplicação das multas previstas nos arts 1º e 2º.

Parágrafo Único - Configurada a reincidência, a Polícia Rodoviária Federal comunicará ao Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes - DNIT para aplicação da penalidade de suspensão da autorização para acesso a rodovia.

Art. 4º - Para os efeitos desta Lei, entende-se por bebidas alcoólicas àquelas potáveis que contenham álcool em sua composição, com grau de concentração igual ou acima de meio grau Gay-Lussac.

Art. 5º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Tendo em vista estudos realizados pela Organização Mundial da Saúde, como também da Secretaria Nacional Antidrogas - SENAD, estudos de abrangência nacional que indicam as terríveis implicações que o consumo de bebidas alcoólicas provocam no contexto social, com nefastas complicações para o funcionamento do trânsito em todo o País, a proibição da venda de bebidas alcoólicas se torna necessária nos estabelecimentos fixados ao longo das rodovias federais, como forma de amenizar o problema e criar conscientização dos cidadãos.

Por outro lado, a preservação dos estabelecimentos comerciais fixados ao longo das rodovias, nos trechos que estão nos limites do perímetro urbano das cidades, evita o desemprego que a radicalidade da medida pode provocar.

Torna-se necessário que este projeto tenha urgência no seu encaminhamento para se atacar de vez a questão da violência do trânsito nas rodovias federais e por outro lado preservar o interesse de muitos estabelecimentos comerciais que se encontram nos perímetros urbanos de inúmeras cidades brasileiras.

Sala das Sessões, em 13 de março de 2008.

Deputado WELLINGTON FAGUNDES

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 9.503, DE 23 DE SETEMBRO DE 1997

Institui o Código de Trânsito Brasileiro.

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O trânsito de qualquer natureza nas vias terrestres do território nacional, abertas à circulação, rege-se por este Código.

§ 1º Considera-se trânsito a utilização das vias por pessoas, veículos e animais, isolados ou em grupos, conduzidos ou não, para fins de circulação, parada, estacionamento e operação de carga ou descarga.

§ 2º O trânsito, em condições seguras, é um direito de todos e dever dos órgãos e entidades componentes do Sistema Nacional de Trânsito, a estes cabendo, no âmbito das respectivas competências, adotar as medidas destinadas a assegurar esse direito.

§ 3º Os órgãos e entidades componentes do Sistema Nacional de Trânsito respondem, no âmbito das respectivas competências, objetivamente, por danos causados aos cidadãos em virtude de ação, omissão ou erro na execução e manutenção de programas, projetos e serviços que garantam o exercício do direito do trânsito seguro.

§ 4º (VETADO)

§ 5º Os órgãos e entidades de trânsito pertencentes ao Sistema Nacional de Trânsito darão prioridade em suas ações à defesa da vida, nela incluída a preservação da saúde e do meio ambiente.

Art. 2º São vias terrestres urbanas e rurais as ruas, as avenidas, os logradouros, os caminhos, as passagens, as estradas e as rodovias, que terão seu uso regulamentado pelo órgão ou entidade com circunscrição sobre elas, de acordo com as peculiaridades locais e as circunstâncias especiais.

Parágrafo único. Para os efeitos deste Código, são consideradas vias terrestres as praias abertas à circulação pública e as vias internas pertencentes aos condomínios constituídos por unidades autônomas.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.164, DE 2008

(Do Sr. Geraldo Pudim)

Altera a redação da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, a qual 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.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4846/1994.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei altera a redação da Lei nº 9.294 , de 15 de julho de 1996, a qual 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. 2º O parágrafo único do Art. 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. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

Muito embora a Lei nº 9.294, de 1996, tenha criado uma série de restrições no tangente à veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas, pode-se verificar que, a despeito da proibição de de associar-se as bebidas alcoólicas a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas, as propagandas sempre contam com a participação de atores reconhecidos, alguns como símbolos sexuais, dos meios de comunicação da atualidade. Essa prática claramente fere o disposto no § 1ºdo art. 4º da Lei supramencionada.

Pesquisas recentes demonstram que o uso de bebidas alcoólicas vem crescendo entre crianças e adolescentes. É sabido que a veiculação de propagandas desses produtos funcionam como forte indutor ao consumo dos mesmos. Dessa forma venho apresentar este Projeto de Lei cujo único objetivo é o de contribuir para uma juventude mais saudável. Ao propor a redução do teor alcoólico mínimo para a caracterização do que seja bebida alcoólica, impede-se também a veiculação de algumas propagandas.

Sala de Sessões, 1° de abril de 2008.

GERALDO PUDIM
Deputado Federal

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI N° 9.294, DE 15 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 § 4° do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1° 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 § 4° 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. 2° 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.

.....

Art. 4° Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1° 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.

§ 2° Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 5° As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2° e 4°, 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.

§ 1° As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2° Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2° do art. 3° desta Lei.

.....

.....

Emenda Aditiva e Modificativa **Nº 01**

Projeto de Lei Nº. 4.846 de 1994

Estabelece medidas destinadas a restringir o consumo de bebidas alcoólicas.

Emenda Modificativa

Altere-se o Art. 1°, § 4° que passa a ter a seguinte forma:

§ 4°. "A publicidade comercial de bebidas alcoólicas em todas as plataformas de comunicação social eletrônica, exceto em radiodifusão sonora, somente poderá ser realizada entre 21 h e 06 h.

Justificativa

Optamos pela extensão da restrição de faixa horária para exibição de publicidade de bebidas alcoólicas aos demais veículos de comunicação social eletrônica por questão de coerência e de isonomia.

Excluímos a radiodifusão sonora uma vez que a mesma já se encontra naturalmente restrita em virtude de tratar-se de meio de comunicação sem apelo audiovisual.

Brasília, 12 de fevereiro de 2008.

MAURO BENEVDIDES
Deputado Federal - PMDB/CE

Emenda Modificativa Nº 02

(Do Sr. Mendes Ribeiro Filho)

Altere-se o Art. 1°, § 4° que passa a ter a seguinte forma:

"§ 4°. "A publicidade comercial de bebidas alcoólicas em todas as plataformas de comunicação social eletrônica, exceto em radiodifusão sonora, somente poderá ser realizada entre 21h e 06h, sendo no entanto admitidas, em qualquer horário, inserções de chamadas e de patrocínio de eventos e de sua transmissão, com exibição de marca e slogan".

JUSTIFICATIVA

Optamos pela extensão da restrição de faixa horária para exibição de publicidade de bebidas alcoólicas aos demais veículos de comunicação social eletrônica por questão de coerência e de isonomia, admitindo apenas a inserção de marca e slogan em chamadas e no patrocínio de eventos.

Excluímos a radiodifusão sonora uma vez que a mesma já se encontra naturalmente restrita em virtude de tratar-se de meio de comunicação sem apelo audiovisual.

Sala da Comissão, 12 de fevereiro de 2008.

Deputado MENDES RIBEIRO FILHO

Vice-Líder PMDB

Emenda Modificativa Nº 03

(Do Sr. Mendes Ribeiro Filho)

Altere-se a redação do artigo 1º, § 4º conforme o texto abaixo:

§ 4º "Somente será permitida a publicidade comercial de bebidas alcoólicas, com grau de concentração superior a treze graus Gay-Lussac, através de qualquer plataforma de comunicação eletrônica, entre as vinte e uma horas e seis horas".

JUSTIFICATIVA

Ao Governo compete a responsabilidade propor e executar as Políticas Públicas de Saúde, de largo espectro, que contemplem entre outros o combate ao consumo nocivo de álcool pela sociedade e que envolvem medidas principalmente educacionais e que não têm pontos de tangência com as questões da propaganda .comercial do produto

Aliás, no que diz respeito à publicidade é de amplo conhecimento que diversos e respeitados estudos, nacionais e internacionais, indicam claramente que a mesma não altera o volume consumido, prestando-se apenas para o posicionamento de marcas, qualificando-as.

Ademais é igualmente conhecido que o atual Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – Conar conta em seu Código, no que tange à publicidade de bebidas alcoólicas, com medidas altamente restritivas, seguidas fielmente e com grande sucesso tanto por veículos quanto por anunciantes.

Nesse sentido, optamos pela manutenção dos atuais parâmetros estabelecidos, que limitam a publicidade, entre 21h e 06h, de bebidas com teor alcoólico superior a 13 º Gay-Lussac,

estendendo-o para a totalidade das plataformas de comunicação social eletrônica, tais como telefones celulares e a rede mundial de computadores..

Brasília, 14 de fevereiro de 2008.

Deputado MENDES RIBEIRO FILHO
Vice-Líder do PMDB

Emenda Aditiva Nº 04
(Do Sr. Mendes Ribeiro Filho)

Inclua-se um novo artigo com a seguinte redação 1°, renumerando os demais:

Art 1° "Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito das Políticas Públicas de Saúde, as bebidas potáveis que contenham álcool em sua composição, com grau de concentração de meio grau Gay-Lussac ou mais".

JUSTIFICATIVA

As discussões acerca de bebidas alcoólicas são milenares e seu consumo faz parte da Humanidade.

Embora não pairem dúvidas de que utilização nociva e exagerada deva ser combatida, também não pairam dúvidas de que o consumo moderado e responsável possa ser encarado como fonte de satisfação, sem qualquer comprometimento social.

Assim sendo, acreditamos ser imperativa a necessidade de que desmistifique o tema e que se dissociem dados de realidade, de posicionamentos desprovidos de base científica.

Nesse sentido é preciso que a questão do consumo de bebidas alcoólicas seja compreendida através de dois prismas:

A responsabilidade de Governo pelo estabelecimento de Políticas Públicas de Saúde, de largo espectro, que contemplem entre outros o combate ao consumo nocivo de álcool pela sociedade e que envolvem medidas principalmente educacionais.

O papel da publicidade no consumo de bebidas alcoólicas.

Optamos, portanto pela definição de bebida alcoólica, como bebida potável com teor de 0,5 ° Gay-Lussac, ou maior, exclusivamente para efeito do estabelecimento de Políticas Públicas de Saúde.

Brasília, 14 de fevereiro de 2008

Deputado MENDES RIBEIRO FILHO
Vice-Líder do PMDB

EMENDA Nº 05
(Da Senhora Deputada Gorete Pereira)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008
(Do Poder Executivo)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

EMENDA MODIFICATIVA

Artigo 1° O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 6,5 % (seis e meio por cento) em volume de álcool."

Artigo 2° Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificação

A emenda que propomos busca garantir o direito a publicidade do vinho, um produto que se consumido moderadamente tem benefícios claros a saúde.

Várias pesquisas científicas demonstram que o uso moderado de álcool em especial vinho tinto (até 2 doses por dia para homens e 1 dose para mulheres) traz benefícios cardiovasculares diminuindo risco de doenças coronarianas. Evidências biológicas constatam o aumento nos níveis de HDL ("colesterol bom"). Há uma série de fatores associados como, por exemplo, hábitos alimentares, o tabagismo e o estilo de vida que podem interferir na interpretação desses resultados.

Em estudo sobre o assunto (Ref: "Wine preference and related health determinants in a U.S. national sample of young adults" - Autores: Mallie Paschall, Robert I. Lipton - Fonte: Drug and Alcohol Dependence, (78): 339–344, 2005), que acompanhou 12.958 jovens adultos por um período de 7 anos, buscou-se averiguar a relação entre consumo de álcool, tipo de bebida consumida, índice de massa corporal (IMC), tabagismo, escolaridade, problemas relacionados ao uso de álcool (vômitos, ressaca e envolvimento em brigas), hábitos alimentares, prática de exercícios e manifestação de sintomas depressivos.

Ao se comparar os consumidores de vinho em relação a outras bebidas, ficou evidente que no primeiro grupo havia porcentagem maior de peso corpóreo adequado, hábitos alimentares mais saudáveis e um menor consumo de cigarros.

Além disso, houve maior menção ao uso moderado do álcool. Constatou-se haver na amostra uma convergência de indicadores positivos de saúde associados com o uso de vinho, que possivelmente exacerba os efeitos benéficos do uso moderado dessa bebida.

Sala das Comissões, de fevereiro de 2008.

Gorete Pereira
Deputada Federal – PR/CE

LÍDER

PT

Vice líder - PR

JOSÉ CARLOS ARAÚJO

MAURO BENEVIDES

EMENDA Nº 06

(Do Senhor Deputado Nelson Marquezelli)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008
(Do Poder Executivo)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

EMENDA MODIFICATIVA

Artigo 1º O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 5,5 % (cinco e meio por cento) em volume de álcool."

Artigo 2º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificação

A alteração da redação do atual parágrafo único se impõe pois é tradicional no Brasil a definição de bebida alcoólica conforme consta do artigo 10 do Decreto 2314/1997 , que regula a lei de bebidas. Ou seja, bebidas com mais de 0,5% de álcool em volume de álcool são alcoólicas.

A ressalva às bebidas de baixo teor alcoólico se aplicam em importantes países do mundo, que sempre incluem á cerveja nestas exceções, tais como :

Estados Unidos : A lei seca Americana deve seu fim através da Cullen Harrison Act que passou a classificar a cerveja de 4% de teor alcoólico como bebida não intoxicante.

Na Itália : Lei aprovada em agosto/90 proíbe que programas de rádio e telkevisão sejam patrocinados por bebidas com mais de 21% de teor alcoólico.

Bélgica: A legislação belga proíbe o consumo de bebidas alcoólicas que contenham mais que 6% de teor alcoólico, nos ambientes profissionais (escritórios e fábricas).

Na Espanha: Há restrições para as bebidas alcoólicas com mais de 20% de teor alcoólico para fazerem propaganda na televisão.

No México: Bebidas com teor alcoólico entre 0,5% e 7% de teor alcoólico, são consideradas bebidas de baixo teor alcoólico .Estas pagam o imposto especial reduzido além de enfrentarem menos restrições para a veiculação de suas mensagens publicitárias.

Vários estudos demonstram que a cerveja, desde que bebida com moderação, e consumida por adultos, apresenta características de ser melhor tolerada pelo organismo humano , por suas características físico-químicas.

O departamento de agricultura dos Estados Unidos comprovou que as cervejas apresentam melhor característica nutricional que os vinhos e que os destilados em geral (vide anexo)

Entendemos que a cerveja , por ser um produto de baixo teor alcoólico e pelas suas características como alimento (assim classificada pela legislação federal) deva ter tratamento diferenciado das demais bebidas alcoólicas, permanecendo a propaganda a cerveja unicamente regulada pelo Código do CONAR

Sala das Comissões, __ de _____ de _____.

Nelson Marquezelli
Deputado Federal – PTB/SP

Líder do Governo

Dep. Zenaldo Coutinho
Líder da Minoria

Líder do PMDB

Líder do PT

Líder do PFL

Líder do PSDB

Líder do PP

Líder do PPS

Líder do PR

Líder do PcdoB

Líder do PSB

Líder do PV

Líder do PDT

Líder do PSC

Líder do PTB

Representando o PtdoB

Representando o PSOL

EMENDA Nº 07

(do Senhor Deputado Nelson Marquezelli)

PROJETO DE LEI Nº 2733 DE 2008

(Do Poder Executivo)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

EMENDA SUBSTITUTIVA

Artigo 1º O parágrafo único da Lei 9294 de 19 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

."Consideram-se bebidas alcoólicas para efeito desta lei as bebidas potáveis com teor alcoólico igual ou superior a 0,5 % (meio por cento) em volume de Álcool."

Artigo 2º O artigo 5º da Lei 9294/96 passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 5º A propaganda comercial, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados no art. 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que a audiência do programa no qual será veiculado o anúncio seja composto, majoritariamente, por maiores de idade.

§ 1º A propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares poderá ser feita desde que identificada apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 2º Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

Artigo 3º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação;

Justificativa

O PL 2733 de 2008, apresentado pelo Governo Federal, provoca a meritória alteração da regra prevista na Lei 9294 que considera bebidas alcoólicas somente aquelas com teor alcoólico igual ou superior a 13º Gay Lussac.

É uma alteração meritória pois sujeita as cervejas, as chamadas "Ices" e alguns vinhos às regras de há muito vigente para as demais bebidas alcoólicas.

As emendas substitutivas ora sugeridas preservam a idéia pretendida pelo Governo, pois defendem a extinção da distinção dos 13º hoje válida por conta do parágrafo único do artigo 1º da Lei 9294.

A inovação consiste exatamente em alterar o artigo 5º da Lei 9294, assegurando que os anúncios de bebidas alcoólicas, independente do horário em que sejam veiculados, tenham como público alvo os maires de idade.

Entendemos que esse é melhor caminho de mater os nossos jovens longe da influência exercida pelos anúncios de bebidas alcoólicas.

Sala das Comissões, __ de _____ de _____.

Nelson Marquezelli
Deputado Federal – PTB/SP

Líder do Governo

Dep. Zenaldo Coutinho
Líder da Minoria

Líder do PMDB

Líder do PT

Líder do PFL

Líder do PSDB

Líder do PP

Líder do PPS

Líder do PR

Líder do PcdoB

Líder do PSB

Líder do PV

Líder do PDT

Líder do PSC

Líder do PTB

Representando o PtdoB

Representando o PSOL

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal – Brasília – DF

(OS:12410/2008)