



CÂMARA DOS DEPUTADOS

## PROJETO DE LEI N.º 3.658, DE 2012 (Do Sr. Jorge Tadeu Mudalen)

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 1277/1999.

**APRECIAÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

### PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

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

Art. 1.º (...)

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

Art. 2º - O artigo 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º Fica proibida qualquer ação comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão, jornais, revistas e outras formas de mídia, inclusive eletrônica.

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

## JUSTIFICAÇÃO

Há muito tempo que se sabe que o consumo de bebidas alcoólicas é um dos principais fatores dos males que permeiam a nossa sociedade. Muitas ações têm sido empreendidas no sentido de se coibir o excesso do consumo de álcool, notadamente o recrudescimento da dita Lei Seca.

Com efeito, a associação entre acidentes de trânsito violência doméstica e brigas diante de bares, boates e outros estabelecimentos que incentivam desenfreadamente o consumo de bebidas alcoólicas está intimamente ligada à concepção de que, quem bebe, merece lugar de destaque na sociedade.

Com frequência vemos ações comerciais insuflando o consumo de bebida, como se fosse um fator determinante para destaque do indivíduo perante a sociedade.

Assim como em tempos não muito remotos, quando se associava o tabagismo, o consumo de cigarro a uma imagem de pessoa bem sucedida ou mesmo influente, o consumo de bebidas, com a tolerância da sociedade, muitas vezes leva a um comportamento irresponsável. Assim, talvez seja tempo de

banirmos de uma vez por todas essa massificação dos comerciais e o incentivo que decorre desses reclames dos lares brasileiros.

Nesse sentido, a presente proposta é para que simplesmente se proíba a veiculação de propagandas de bebidas alcoólicas de todos os meios de comunicação.

Assim, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres pares para aprovar essa medida que, com toda a certeza, representará passo importante preservação da saúde de nossos cidadãos e da paz em nosso País.

Sala das Sessões, em 11 de abril de 2012.

**Deputado Jorge Tadeu Mudalen  
DEM/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.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos Fumígenos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011*)

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

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo. ([Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001](#))

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

.....

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

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

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

Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. ([Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008](#))

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.

.....

|                         |
|-------------------------|
| <b>FIM DO DOCUMENTO</b> |
|-------------------------|