



CÂMARA DOS DEPUTADOS

## PROJETO DE LEI N.º 3.746, DE 2012 (Do Sr. Audifax)

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 À(AO) PL-4846/1994.

**APRECIAÇÃO:**  
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

**PUBLICAÇÃO INICIAL**  
Art. 137, caput - RICD

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. 4º É vedada, em todo território nacional, a propaganda comercial de bebidas alcoólicas, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem o §2º deste artigo e o art. 4-A”. (NR)

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

### **JUSTIFICAÇÃO**

É ocioso afirmarmos que o consumo de bebidas alcoólicas é deletério à saúde e que está associado a vários fatores sociais negativos. Doenças mentais, circulatórias e digestivas de grande gravidade, acidentes de trânsito, acidentes laborais, violência doméstica, agressões e homicídios estão direta ou indiretamente associados ao consumo de álcool.

Em que pese a tais fatos bem estabelecidos, o consumo do álcool em excesso é caracterizado como atividade lúdica e que implica em aceitação social e afetiva. Propagandas, em sua maioria bem elaboradas e geralmente alegres e até mesmo jocosas só ao final apresentam uma mensagem de advertência sobre os malefícios do etilismo.

Não podemos mais tolerar esse comportamento irresponsável enquanto vidas de jovens e de adultos são ceifadas a cada final de semana em acidentes que têm o álcool em sua determinação. Não se pode tergiversar sobre os enormes prejuízos humanos e sociais que as doenças relacionadas ao uso de bebidas alcoólicas acarretam.

Nossa proposta à sociedade não pode, assim, ser outra: queremos a proibição de toda e qualquer propaganda comercial de bebidas alcoólicas em todo território nacional.

Esperamos que nossos Pares entendam o alcance social, sanitário e financeiro que tal medida representa e que venham a apoiá-la incondicionalmente pelo bem de nossa população e por um País com mais paz e segurança.

Sala das Sessões, em 25 de abril de 2012.

**Deputado AUDIFAX**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA  
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

**LEI N° 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".

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.

.....

.....

**FIM DO DOCUMENTO**