

PROJETO DE LEI Nº , DE 2018

(Do Sr. DR. JORGE SILVA)

Modifica a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para estender as restrições à publicidade e comercialização de bebidas alcoólicas às bebidas potáveis com qualquer gradação de álcool.

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 vigor com a seguinte redação:

“Art, 1º

.....

.....

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para os efeitos desta lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a um décimo de grau Gay-Lussac. (NR)”

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

“Art. 4º

.....

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: ‘beber traz riscos à saúde’. (NR)”

Art. 3º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigor aditada dos seguintes dispositivos:

“Art. 4º-B Na propaganda de bebida alcoólica é vedado:

I – associar a marca ou produto a eventos culturais ou desportivos;

II – fazer uso de pessoa notória ou celebridade para divulgação da marca ou produto;

III – endereçar a chamada publicitária a jovens ou associar a mensagem a atividades típicas da juventude.

Art. 4º-C As peças publicitárias, cartazes ou letreiros colocados em locais ou pontos de venda de bebida alcoólica deverão ser posicionados a uma distância mínima de quatro metros de vitrines, bancadas, balcões ou outras instalações em que estejam expostos alimentos ou guloseimas destinados preponderantemente ao público jovem.

Art. 4º-D Aplicam-se as disposições dos artigos 4º, 4º-A, 4º-B e 4º-C, a bebidas potáveis, mesmo quando isentas de álcool, que ostentem a marca, nome de fantasia ou denominação de espécie ou origem de bebida alcoólica.

Art. 4º-E O Poder Executivo definirá, na regulamentação desta lei, frases de alerta aos danos à saúde decorrentes do consumo de bebidas alcoólicas, a serem inseridas nas embalagens e nas peças de divulgação do produto, usadas em adição ao alerta de que trata o § 2º do art. 4º desta lei”.

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

JUSTIFICAÇÃO

O debate legislativo sobre as restrições à propaganda de bebidas alcoólicas tem repercutido com vigor junto à sociedade, suscitando recomendações e contribuições de entidades interessadas em melhorar a redação da Lei Murad.

A Sociedade Brasileira de Pediatria, respeitada entidade da comunidade médica, participando desse amplo movimento, propôs, recentemente, um conjunto bastante amplo de medidas para tornar mais rigorosa a limitação à publicidade de bebidas alcoólicas.

Consolidamos, neste texto, algumas propostas voltadas a limitar a propaganda desses produtos, em especial por concordarmos com a necessidade de vedar a divulgação de cervejas e outras bebidas alcoólicas consideradas “leves”. Estas, quando consumidas em quantidade expressiva, induzem danos à saúde e desvios de comportamento equiparados aos que bebidas de maior teor comprovadamente provocam.

Nesse sentido, esperamos contar com o apoio de nossos Pares para debater a iniciativa, que se soma a outras já em tramitação na Casa. Entendo ser necessário darmos uma resposta clara à sociedade, fazendo um esforço para protegermos a população, hoje exposta a uma propaganda agressiva desses produtos, de uma tendência ao aumento de consumo de álcool, em especial entre os jovens.

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado DR. JORGE SILVA