



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DA CÂMARA Nº 35, DE 2000 (Nº 2.733/97, na Casa de origem)

Determina a obrigatoriedade de a embalagem, o rótulo e a propaganda de bebida alcoólica conterem advertência sobre a proibição de sua venda a menores de dezoito anos e prejudicialidade à saúde, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A embalagem, o rótulo e a propaganda de bebida alcoólica conterão, obrigatoriamente, em caracteres legíveis e de forma ostensiva, as inscrições "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos" e "Bebida Alcoólica é Prejudicial à Saúde".

Parágrafo único. Considera-se bebida alcoólica, para efeitos desta lei, o líquido potável com qualquer teor alcoólico.

Art. 2º A infração do disposto nesta lei sujeitará a empresa produtora a multa de R\$1.410,00 (um mil, quatrocentos e dez reais) a R\$7.250,00 (sete mil, duzentos e cinquenta reais) cobrada em dobro, em triplo, e assim sucessivamente, e apreensão do produto, conforme o número de reincidências.

Art. 3º 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. 4º Esta lei entra em vigor cento e vinte dias após sua publicação.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterão, obrigatoriamente, em caracteres legíveis e de forma ostensiva, a inscrição "Venda Proibida a Menores de Dezoito Anos".

Parágrafo único. Considera-se bebida alcoólica, para efeitos desta lei, o líquido potável com qualquer teor alcoólico.

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

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

Justificação

A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente – em seu art. 81, proíbe, expressamente, a venda de bebida alcoólica à criança e ao adolescente. No entanto, é comum vermos adolescentes adquirindo bebida alcoólica em bares e supermercados. Há casos em que os pais pedem ao filho para ir comprar uma garrafa de cerveja ou de pinga no bar da esquina, há casos em que os adolescentes compram a bebida no supermercado para consumirem-na escondidos dos pais. Enfim, essa lei, ainda desconhecida por muitos e destinada a proteger a criança e o adolescente, tem sido infringida continuamente e das mais variadas formas.

Acreditamos que de nada vale a lei se ela for escrita, mas desconhecida ou esquecida pelo povo.

Valemo-nos do art. 220 da Constituição da República, que determina que compete à lei federal estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem da propaganda de produtos que possam ser nocivos à saúde, bem como determina que a propaganda comercial de bebidas alcoólicas estará sujeita a restrições legais, para fundamentar a presente propositura, que tem como objetivo maior proteger a criança e o adolescente do consumo de álcool, tornando a legislação vigente conhecida por todos e, conseqüentemente, dando consciência total aos que vendem bebida alcoólica a menores de que estão infringindo a lei.

Pelo acima exposto e pela proteção mais efetiva das crianças e adolescentes contra o vício do alcoolismo, solicito o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, 28 de janeiro de 1997. – Deputado **Aírton Dipp**.

PROJETO DE LEI ORIGINAL Nº 2.733, DE 1997

Determina a obrigatoriedade de a embalagem e o rótulo de bebida alcoólica conterem advertência sobre a proibição de sua venda a menores de dezoito anos.

LEGISLAÇÃO CITADA, ANEXADA PELA SECRETARIA-GERAL DA MESA

LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, 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 conterà, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação: "O Ministério da Saúde Adverte":

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

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

III – fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;

V – evite fumar na presença de crianças;

VI – fumar provoca diversos males à sua saúde.

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

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão 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.

.....

(À Comissão de Assuntos Sociais.)

Publicado no Diário do Senado Federal de 22.6.2000