



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI Nº 2502, DE 2023

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, para restringir a propaganda de bebidas alcoólicas à parte interna dos locais de venda, impor restrições de conteúdo para as peças publicitárias e obrigar a exibição de advertências sobre a venda e o consumo de bebida alcoólica.

AUTORIA: Senador Styvenson Valentim (PODEMOS/RN)



[Página da matéria](#)

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, para restringir a propaganda de bebidas alcoólicas à parte interna dos locais de venda, impor restrições de conteúdo para as peças publicitárias e obrigar a exibição de advertências sobre a venda e o consumo de bebida alcoólica.

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. 1º**

Parágrafo único. Para os efeitos desta Lei, consideram-se bebidas alcoólicas os líquidos potáveis com teor alcoólico superior a meio grau (0,5º) Gay-Lussac.” (NR)

“**Art. 4º** A propaganda comercial de bebidas alcoólicas somente poderá ser veiculada na parte interna dos locais de venda, por meio de pôsteres, painéis ou cartazes.

§ 1º A propaganda de que trata o *caput* não poderá:

I – incentivar o consumo abusivo;

II – associar o produto anunciado, mesmo que de maneira indireta, à prática desportiva, à condução de veículos, à sexualidade e ao sucesso;

III – ser dirigida a crianças ou a adolescentes;

IV – incluir crianças ou adolescentes nas peças publicitárias;

V – anunciar propriedades medicinais, relaxantes ou estimulantes.

.....” (NR)

“**Art. 4º-A.** A embalagem, o rótulo e a propaganda de bebidas alcoólicas exibirão advertências sobre a proibição da venda para menores de dezoito anos e sobre os malefícios decorrentes do seu consumo por gestantes e do seu consumo excessivo.

§ 1º Os locais de venda das bebidas alcoólicas exibirão, no seu interior, as seguintes advertências:

I – ‘Venda proibida para menores de dezoito anos.’;

II – ‘Dirigir veículo sob a influência de álcool é crime punível com detenção.’

§ 2º As advertências de que tratam este artigo serão escritas de forma legível e ostensiva e acompanhadas por imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem, na forma do regulamento.”
(NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor cento e oitenta dias após a data de sua publicação.

Art. 3º Ficam revogados o § 2º do art. 4º e o art. 5º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

JUSTIFICAÇÃO

A relação entre o consumo excessivo de álcool e problemas de saúde é bem estabelecida. O consumo abusivo de bebidas alcoólicas está associado a uma variedade de moléstias, como doenças cardiovasculares, doenças hepáticas, danos cerebrais, câncer, transtornos mentais e dependência. Além disso, o álcool é um fator de risco significativo para acidentes de trânsito, violência doméstica, crimes e danos sociais mais amplos.

Com efeito, a última versão da publicação *Global status report on alcohol and health*, elaborada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), mostrou que o consumo abusivo de bebidas alcoólicas causou três milhões de mortes em todo o mundo no ano de 2016, o que representou 5,3% do total de óbitos naquele ano.

Essa alta mortalidade explica-se pelo fato de o alcoolismo ser comprovadamente associado a várias doenças como, por exemplo, intoxicação, desnutrição, câncer (de orofaringe, laringe, esôfago, fígado, cólon e mama), doenças infectocontagiosas (como aids e tuberculose),

cirrose hepática, pancreatite, doenças cardiovasculares e distúrbios neuropsiquiátricos (como epilepsia, depressão, ansiedade e suicídio).

Especificamente em relação à gravidez, não existe quantidade segura ou tipo de bebida alcoólica que possa ser ingerido nesse período. Quando uma gestante ingere bebida alcoólica, o álcool no seu sangue passa pelo cordão umbilical para o feto. Assim, o alcoolismo durante a gravidez pode ser causa de aborto espontâneo, de parto prematuro, de feto natimorto e de graves transtornos físicos, intelectuais e comportamentais no recém-nascido.

Como o alcoolismo configura grave problema de saúde pública, a OMS recomenda a implementação de políticas públicas para a redução do acesso e do consumo de bebidas alcoólicas.

Uma dessas políticas é a imposição de restrições à publicidade. Estudos epidemiológicos apontam que jovens expostos à propaganda de bebidas alcoólicas são mais propensos a adquirir o hábito. Aqueles que já as ingerem regularmente, por sua vez, tendem a aumentar o consumo. De fato, a exposição precoce à publicidade de bebidas alcoólicas tem sido associada a um aumento no consumo por parte dos adolescentes, bem como a uma maior probabilidade de desenvolver problemas relacionados ao abuso de álcool no futuro.

A restrição da propaganda de bebidas alcoólicas pode reduzir a exposição do público a mensagens que encorajam o consumo e, consequentemente, contribuir para a promoção de um estilo de vida mais saudável, bem assim ajudar a proteger os jovens do *marketing* agressivo e persuasivo que muitas vezes promove uma imagem glamourizada e falsamente positiva do consumo de álcool. Com efeito, a propaganda de bebidas alcoólicas frequentemente associa o consumo a atividades esportivas, festas e celebrações, criando uma percepção equivocada de que o consumo de álcool é necessário para se divertir ou ser aceito socialmente. Ao limitar a exposição dos jovens a essas mensagens, podemos contribuir para uma cultura de responsabilidade e reduzir o risco de iniciação precoce ao álcool.

Destarte, seguindo o exemplo de sucesso da implementação progressiva de restrições à propaganda de tabaco no País, propomos a limitação da publicidade do álcool à parte interna dos locais de venda, bem como o estabelecimento de regras sobre o conteúdo das peças publicitárias e

sobre a aposição de advertências nas embalagens, rótulos e propaganda de bebidas alcoólicas.

Ademais, a proposição corrige um equívoco inaceitável da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que *dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas*, ao propor a modificação da definição legal de bebida alcoólica, a fim de alcançar os produtos com teor alcoólico inferior aos 13° GL (Gay-Lussac) previstos na lei atualmente em vigor, reduzindo esse valor para 0,5° GL.

Considerando a relevância do tema, esperamos contar com o apoio de nossos Pares para a aprovação do projeto de lei que ora apresentamos.

Sala das Sessões,

Senador STYVENSON VALENTIM

LEGISLAÇÃO CITADA

- Lei nº 9.294, de 15 de Julho de 1996 - Lei Antifumo; Lei Murad; Lei Antitabagismo - 9294/96

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1996;9294>

- art4_par2

- art5