



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 531, DE 2007

Altera a Lei n.º 9.294, de 15 de julho de 1996, a fim de modificar a definição de bebida alcoólica e limitar sua propaganda comercial nas emissoras de rádio e televisão.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O parágrafo único do art. 1º e o art. 4º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passam a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 1º

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta lei, as bebidas potáveis com qualquer teor alcoólico registrado na tabela Gay Lussac. (NR)”

“Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e três e as cinco horas. (NR)”

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

JUSTIFICAÇÃO

A Legislação em vigor que regulamenta a propaganda de bebidas alcoólicas no Brasil considera como tais apenas aquelas com teor alcoólico acima de 13 graus Gay Lussac. Com isso, a bebida alcoólica mais consumida em nosso país – a cerveja –, que tantos males causa nas famílias e na juventude, fica de fora deste critério. Ou seja, hoje, a cerveja, por lei, não é considerada bebida alcoólica. Essa situação esdrúxula não pode prosseguir em nosso país, a despeito da força econômica e política dos empresários do ramo.

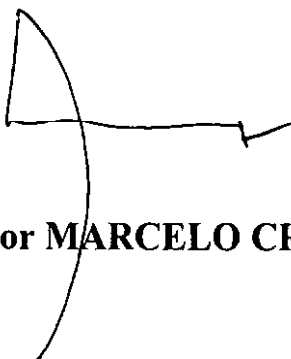
A apresentação deste projeto é emblemática, na medida que nesta semana, registramos com pesar, a passagem de um ano do acidente que matou cinco jovens na Lagoa Rodrigo de Freitas, no nosso Estado do Rio de Janeiro. No acidente, o automóvel, que trafegava em altíssima velocidade, era conduzido por um jovem de 18 anos que, como se constatou, dirigia alcoolizado.

Este projeto segue a linha de conduta adota pelos países desenvolvidos que, lugar-comum, estabelecem políticas restritivas para o anúncio de bebidas alcoólicas, principalmente cerveja, pois estão preocupados com a saúde da população em geral e dos jovens de modo particular.

Uma série de estudos, como afirma Gilberto Dimenstein, demonstra que, no Brasil, os jovens bebem cada vez mais e, se não bastasse, começam mais cedo. Essa ligação doentia de beleza, sensualidade, juventude, cerveja e sucesso precisa ter um fim em nosso país. Nos Estados Unidos, estudo realizado em 1996, afirma que o uso de bebida alcoólica leva à grande incidência de homicídios, agressões domésticas, afogamentos e acidentes de carro.

Por tudo isso, peço encarecidamente aos meus pares, senadoras e senadores, que bem conhecem as agruras porque passam as famílias enlutadas pelo uso abusivo da bebida alcoólica que, juntamente com toda a sociedade brasileira, empunhem esta bandeira de verdadeira cruzada contra o alcoolismo. É questão de valorização da vida!

Sala das Sessões, 5 de setembro de 2007.



Senador MARCELO CRIVELLA

LEGISLAÇÃO CITADA

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.

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 fumíferos, 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 alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

[...]

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.

(Às Comissões de Assuntos Sociais; e de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle, cabendo à última a decisão terminativa)

Publicado no **Diário do Senado Federal**, de 6/9/2007.