



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Raad Massouh

LIDO
Em, 21 de 2011
Assessoria de Plenário

PL 084 /2011

**PROJETO DE LEI Nº
(Deputado RAAD MASSOUH)**

Assessoria de Plenário e Distribuição

Ao Setor de Protocolo Legislativo para registro e em seguida, à Assessoria de Plenário para análise de admissão e distribuição observado o art. 132 do RI.

Em, 07/02/11

Leandro Pinheiro Lima
Chefe da Assessoria de Plenário

Dispõe sobre as restrições ao incentivo do uso abusivo de bebidas alcoólicas, aos patrocínios de atividades e as propagandas de bebidas alcoólicas no âmbito do Distrito Federal.

A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL decreta:

**CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º Os patrocínios de atividades e as propagandas de bebidas alcoólicas no âmbito do Distrito Federal estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei.

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

**CAPÍTULO II
DAS PROPAGANDAS E PATROCÍNIOS**

Art. 2º As propagandas comerciais de bebidas alcoólicas no âmbito do Distrito Federal só poderão ser efetuadas através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda.

§ 1º As propagandas citadas no caput deste artigo são referentes exclusivamente às desenvolvidas e/ou implantadas no Distrito Federal.

§ 2º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

Setor Protocolo Legislativo
PL Nº 084 /2011
Folha Nº 1

ASSASSORIA DE PLNARIO PROT. 31/02/2011 16:10
07/02/11



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Raad Massouh

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;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais;

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes;

VII - conter advertência sobre os malefícios das bebidas alcoólicas nos padrões estabelecidas pelo Ministério da Saúde.

Art. 3º São vedadas:

I - as propagandas por meio eletrônico, inclusive internet;

II - a propaganda em estabelecimento de ensino, estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública;

III - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista de competição, palco ou local similar;

IV - o patrocínio de atividades culturais ou esportivas.

CAPÍTULO II DAS SANÇÕES E PENALIDADES

Art. 4º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor as seguintes sanções

Setor Protocolo Legislativo
PL Nº 084 / 2011
Folha Nº 2



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
Gabinete do Deputado Raad Massouh

I - advertência;

II - multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator.

III – suspensão do alvará de funcionamento no caso de pessoa jurídica

Art. 5º As sanções previstas nesta Lei poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

Art. 6º A Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação.

Art. 7º A Compete à autoridade sanitária do Distrito Federal aplicar as sanções previstas nesta Lei.

Art. 8º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração pública do Distrito Federal encarregados em aplicar as sanções previstas nesta Lei.

CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art.9º O Governo do Distrito Federal regulamentará a presente Lei no prazo de 90 dias a contar de sua publicação.

Art. 10º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 11º Revogam-se as disposições em contrario.

JUSTIFICAÇÃO

Esta proposição tem por objetivo a preservação da vida e o combate ao estímulo do uso abusivo de bebidas alcoólicas principalmente por parte dos jovens do Distrito Federal.

Setor Protocolo Legislativo
PL Nº 084 / 2011
Folha Nº 3



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Raad Massouh

No Brasil as propagandas e patrocínios de bebidas alcoólicas são regulados pela lei n. 9.294, de 1996, que também regulamenta os cigarros, entre outros produtos. A principal restrição que apresenta é a redução do horário de propaganda na televisão e no rádio permitindo propagandas de álcool entre 21h00min e 06h00min

horas. No entanto, as chamadas, propagandas de uns poucos segundos, são permitidas a qualquer horário. A partir de 2000, uma nova lei (n.10.167), foi sancionada que praticamente proibiu qualquer propaganda de cigarro (exceto dentro dos locais de venda). Apesar dessa proibição não atingir as bebidas alcoólicas, o clima político parece ter se alterado um pouco, tanto que em janeiro de 2002 haviam mais de 50 projetos de lei propondo maiores restrições às propagandas de álcool.

Quanto às propagandas de álcool, principalmente no que diz respeito aos jovens, o poder público vem se mostrando mais consciente do que nunca sobre a importância de introduzir restrições mais profundas com a intenção de reduzir os problemas relacionados ao consumo de bebidas alcoólicas.

Os números de problemas associados ao álcool no Brasil não deixam dúvida quanto ao potencial devastador deste, principalmente junto aos jovens. Em acidentes com motoristas alcoolizados, episódios de violência relacionados ao álcool, intoxicação alcoólica, etc. As propagandas e marketing das bebidas alcoólicas no Brasil são parte integrante da criação de um clima normatizador, associando-as exclusivamente a momentos gloriosos, à sexualidade e a ser brasileiro, esquecendo-se dos problemas associados.

Restringir a propaganda de álcool e os patrocínios de seus fabricantes é uma estratégia importante.

Segundo fontes de pesquisas publicadas recentemente, estudos de metodologia avançada têm conseguido mostrar associações importantes entre a propaganda de bebidas alcoólicas e o consumo de álcool entre os jovens. Uma das pesquisas mais interessantes investigou por vários anos e comprovou o impacto que apreciar propagandas de cerveja aos 18 anos tinha sobre o consumo de álcool e o comportamento agressivo relacionado ao uso de álcool aos 21 anos. Outro estudo dirigindo-se à faixa etária dos 10-17 anos encontrou que gostar da propaganda e assistir propagandas com maior frequência associou-se com a expectativa de beber mais no futuro. Além disso, muitos dos jovens entrevistados sentiram que as propagandas de álcool os encorajavam a beber, especialmente os meninos de 10-13 anos, que aceitavam as propagandas como realísticas.

Qualquer pessoa que já tenha assistido a alguma propaganda de álcool na televisão brasileira, verifica a agressiva utilização da sexualidade nas propagandas. Também é fácil verificar que jovens são certamente alvos das propagandas, com

Setor Protocolo Legislativo

PL nº 084 / 2011

Folha 02 de 04





CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Raad Massouh

temas evidentemente voltados a eles. Além disso, as indústrias têm desenvolvido produtos voltados a essa faixa etária e oferecido patrocínio a festas exclusivamente desse público-alvo.

A propaganda do álcool mostra apenas uma face de seu uso, esquecendo ou associando a uma minoria de “pessoas problemáticas” sua importante contribuição

para a morbidade, mortalidade e prejuízos sociais, inclusive no que se refere a criar um ambiente hostil e ridicularizador às mensagens e medidas de saúde pública.

É de notório conhecimento a inexistência de contrapartida da indústria do álcool no Brasil, no que se refere ao desenvolvimento de atividades sérias, coerentes e efetivas de prevenção ao abuso do álcool, ou seja, a indústria das bebidas alcoólicas não assume e não se responsabiliza por qualquer tipo de problema relacionado ao álcool. A indústria do álcool e da propaganda no Brasil não está, nem de longe, desempenhando um papel responsável nessa situação. Medidas claras devem ser tomadas para lidar com esse importante problema de saúde pública.

Esta proposição segue as diretrizes traçadas no § 4º do art. 220 da Constituição Federal, *in verbis*:

“Art. 220...

§ 4º - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso;”

Oportuno ressaltarmos ainda o amparo legal de tal proposição pela Constituição Federal, em seus artigos 30 e 32, que explicitam:

“Art. 30. Compete aos Municípios:

I - legislar sobre assuntos de interesse local;”

(...)

“Art. 32. O Distrito Federal, vedada sua divisão em Municípios, reger-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos com interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços da Câmara Legislativa, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição.

Setor Protocolo Legislativo

PL Nº 084/2011

Folha Nº 50



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL
Gabinete do Deputado Raad Massouh

§ 1º - Ao Distrito Federal são atribuídas as competências legislativas reservadas aos Estados e Municípios.”

Seguindo a mesma linha de cunho legal, a Lei Orgânica do Distrito Federal, em seus artigos 17 e 58, estabelecem tal competência a esta Casa de Leis, *in verbis*:

“Art. 17. Compete ao Distrito Federal, concorrentemente com a União, legislar sobre:

(...)

X - previdência social, proteção e defesa da saúde... ”

“Art. 58. Cabe à Câmara Legislativa, com a sanção do Governador, não exigida esta para o especificado no art. 60 desta Lei Orgânica, dispor sobre todas as matérias de competência do Distrito Federal...”

Por todo o exposto contamos com o apoio dos ilustres pares na aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em

RAAD MASSOUH
Deputado Distrital

Sector Protocolo Legislativo

PL Nº *084* / *2011*

Folha Nº *6* (2)