Resumo Executivo – PL n° 10692 de 2018

Autor: Dr. Jorge Silva (SD/ES) **Apresentação**: 08/08/2018

Ementa: 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.

Orientação da FPA: Contrária ao projeto

Comissão	Parecer	FPA
Comissão de Seguridade Social e Família (CSSF)	Parecer do Relator, Dep. Arnaldo Faria de Sá (PP-SP), pela rejeição deste. Inteiro teor	Favorável ao parecer do relator
Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)	–	–
Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)	–	–

Principais pontos

- Altera o conceito de bebidas alcoólicas, classificando essas como bebidas potáveis com teor alcoólico superior a um décimo (0,1) de grau Gay-Lussac (atualmente são consideradas bebidas alcoólicas aquelas com teor superior a treze graus Gay-Lussac);
- Exigência de a advertência 'beber traz riscos à saúde' nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas;
- Proíbe, na propaganda de bebidas alcoólicas;
  - Associar a marca ou produto a eventos culturais ou desportivos; e
  - Fazer uso de pessoa notória ou celebridade para divulgação da marca ou produto;
  - Endereçar a chamada publicitária a jovens ou associar a mensagem a atividades típicas da juventude.
- Estabelece uma distância mínima de quatro metros entre as peças publicitárias, nos pontos de venda de bebida alcoólica, e balcões ou outras instalações que exponham alimentos ou guloseimas destinadas ao público jovem;
- Estende às bebidas potáveis, mesmo quando isentas de álcool, que ostentem a marca, nome de fantasia ou denominação de espécie ou origem de bebida alcoólica, todos as restrições acima mencionadas; e
- Deixa a cabo do Poder Executivo definir, na regulamentação da 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.

Justificativa

- As propagandas de bebidas alcoólicas no Brasil já são fortemente reguladas pela lei nº 9.294, de 1996, que reduziu o horário de propaganda na televisão e no rádio permitindo propagandas apenas entre às 21:00 e 6:00 horas. Além disso, prevê que nos rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenha a advertência “Evite o Consumo Excessivo de Álcool”.
- As informações constantes hoje, nos rótulos das bebidas alcoólicas, seguem normas traçadas pela União, através do Mapa e Anvisa e resultam da internalização dos acordos firmados pelo Brasil no MERCOSUL e estão formatadas de modo a fornecer ao consumidor o maior número de informações possíveis pertinentes aos produtos, além, ainda, de estarem alinhadas com o Codex Alimentarius.
- O proposto no PL implica em uma indevida intervenção estatal na economia com franca violação ao princípio da livre iniciativa e dos princípios da proporcionalidade e razoabilidade, uma vez que as restrições propostas para as bebidas alcoólicas não terão influência na promoção de melhores condições de saúde para a população em geral.