

Resumo Executivo - [PL nº 1201 de 2023](#)

Autor: Marcos Tavares - PDT/RJ

Autor: 16/03/2023

Ementa: Proíbe a veiculação de publicidade de bebidas alcoólicas em qualquer meio de comunicação social.

Orientação da FPA: Contrária

Situação Atual: Aguardando Despacho do Presidente da Câmara dos Deputados

Principais pontos

- O presente Projeto de Lei modifica a lei nº 9294 de 15 de julho de 1996 que dispõe sobre a restrição ao uso e à propaganda de produtos famígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, proibindo a veiculação de publicidade de bebida alcoólica em qualquer meio de comunicação social.
- A alteração de lei passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1º Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a dois décimos de grau Gay Lussac.” (NR)

“Art. 4º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de bebidas alcoólicas em qualquer meio de comunicação social. (NR)”

- Redefinem o conceito de bebida alcoólica alterando o valor grau Gay-Lussac.
- Veda em todo território nacional a propaganda comercial de bebidas alcoólicas em qualquer meio de comunicação social.

Justificativa

- O presente projeto de lei viola o princípio constitucional da livre iniciativa ao restringir em sua totalidade a veiculação de publicidade sobre as bebidas alcoólicas, medida de cerceamento que poderia acarretar prejuízos econômicos que seriam sentidos em toda a cadeia produtiva.
- Para ampliar a vedação, alteram-se o conceito de bebidas alcoólicas, classificando essas como bebidas potáveis com teor alcoólico superior a dois décimos (0,2) de grau Gay-Lussac (atualmente são consideradas bebidas alcoólicas aquelas com teor superior a treze graus Gay-Lussac);
- A Constituição Federal (CF) institui garantias e competências para a regulação da publicidade no país, enquanto atividade de liberdade de expressão e informação de produtos e serviços

disponíveis (art. 5º, X e 220 CF); e como atividade econômica assegurada pelos princípios da livre iniciativa e da livre concorrência (art. 170 CF).

- 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”.
- A medida é ineficaz, visto que o setor tem grande importância para a economia do país, assim como na arrecadação de receita. Cumpre seu papel social, ao criar empregos diretos, aumentando a renda e o desenvolvimento tanto da produção do insumo, quanto da indústria brasileira.
- Dessa forma, fica claro que a proposta tem objetivo de estigmatizar produtos da indústria de bebidas alcoólicas, que são altamente regulados.