

## PROJETO DE LEI Nº , DE 2015

(Da Srta. Letícia Parreira Gonçalves Oliveira)

*Dispõe sobre a obrigatoriedade dos rótulos de cerveja passarem a ser acompanhados de imagens ou figuras que ilustrem os males causados pelo álcool*

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As embalagens e os rótulos de cervejas, com exceção dos destinados à exportação, e seu respectivo material de propaganda escrita e/ou falada sobre os malefícios do álcool acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem

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

### JUSTIFICATIVA

Inicialmente faz-se necessário uma breve análise quantitativa do principal causador de mortes no Brasil, o trânsito.

O número de vítimas no trânsito brasileiro é o maior do mundo, superando as vítimas de homicídios ou câncer, por exemplo.

A cada doze minutos, em média, uma pessoa morre num acidente de trânsito, colocando o Brasil como o quarto país com maior número de mortes no trânsito, ficando atrás somente da China, Índia e Nigéria.

O Brasil gasta, em média, R\$ 16,1 bilhões em decorrência de acidentes de trânsito. Para se ter uma ideia, o montante é tão grande que apenas 35 dos mais de cinco mil municípios brasileiros possuem PIB (Produto Interno Bruto) superior a esse valor.

O Ministério da Saúde constatou que 25% das vítimas que sofreram acidentes de trânsito tinham ingerido bebida alcoólica. E ainda indica que 49% das vítimas atendidas por agressões estão associadas ao álcool.

A cerveja representa 85% das bebidas alcoólicas mais consumidas no Brasil e, portanto tem um papel importante em muitos dos problemas relacionados ao álcool apresentando efeitos devastadores.

Os jovens tem se envolvido cada vez mais precocemente em acidentes de trânsito com motoristas alcoolizados, episódios de violência relacionados ao álcool, intoxicação alcoólica, etc.

É sabido que os jovens são mais suscetíveis às propagandas e sua opinião crítica é altamente influenciada por elas.

No Brasil, a propaganda de bebidas alcoólicas é regulada pela lei n. 9.294, de 1996 – que também regulamenta os cigarros, entre outros produtos, porém considera-se como bebida alcoólica somente aquela com mais de 13 GL, ou seja, exclui-se cervejas e vinhos. Estes, do ponto de vista legal, são tratados da mesma maneira que a propaganda de produtos inofensivos, tais como leite e suco de frutas.

Esta lei e as demais que a complementaram posteriormente não tem sido eficaz em evitar abusos na propaganda de cervejas, que tem grande audiência entre o público adolescente e jovem.

A publicidade do álcool no Brasil além de explorar temas relacionados à sexualidade, virilidade e sucesso pessoal, se apropria, frequentemente, de símbolos nacionais, tais como o samba e a Seleção Brasileira de Futebol. Tudo isso cria um clima normatizador, fazendo nos esquecer dos problemas associados.

O desenvolvimento de regras para a publicidade de bebidas alcoólicas, principalmente para as cervejas, deve-se constituir elemento essencial das

políticas públicas para a saúde. Esta solução não representaria, por si só, a solução para todos os problemas provocados pelo consumo de álcool no Brasil, mas certamente seria uma etapa fundamental no processo de controle desses danos.

Por todas as razões aqui elencadas, apresentamos uma Proposição que passa a exigir que os rótulos de cerveja possam ser acompanhados de imagens ou figuras que ilustrem os males causados pelo álcool, tal como regulamenta a lei n. 9.294, de 1996 em seu § 3o para as embalagens e os maços de produtos fumígenos.

Diante do exposto, conclamamos os ilustres pares a apoiar esta proposição.

Sala das Sessões, em 12 de Junho de 2015.

Deputada Jovem Letícia Parreira Gonçalves Oliveira