

**JUSTIFICATIVA**  
**PL 0137/2014**

Apesar de o álcool ser utilizado para outras finalidades, tais como veículo de perfumes e medicamentos, sua maior importância sempre foi como componente essencial de bebidas consumidas como parte da alimentação e dos rituais de alegria e comunhão de diferentes povos ao longo da História.

Nas sociedades atuais, o uso de bebidas alcoólicas é encorajado por ser considerado um desinibidor, um facilitador de relações interpessoais e uma forma de reduzir as tensões cotidianas.

O beber é um ato social que deve ser entendido no contexto de valores, normas e atitudes de cada cultura, existindo, em todas as sociedades, padrões institucionalizados de uso de bebidas alcoólicas, bem como de motivos e de oportunidades para o seu consumo.

Com efeito, cada sociedade transmite às sucessivas gerações o padrão do beber e as condições e os contextos nos quais a bebida é preconizada. Dessa forma, o próprio ambiente cultural condiciona as estratégias de controle social do uso do álcool, definindo a forma, o como e o momento de beber, priorizando os espaços e as situações adequadas.

No Brasil, a publicidade de bebidas alcoólicas é regulada pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990) e, de modo mais específico, pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que 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 Código dedica sua Seção III à publicidade em geral e trata basicamente de defender o consumidor da 'propaganda enganosa ou abusiva, sem qualquer referência específica às bebidas alcoólicas.

O Projeto de Lei aqui apresentado tem por finalidade a regulamentação das bebidas não alcoólicas destinadas ao público infanto-juvenil, visando dispor ao consumidor informações mais precisas a respeito das mesmas.

Atualmente, é muito comum encontrarmos bebidas infantis com algumas características publicitárias de bebidas alcoólicas: Já houveram diversos inquéritos civis para apurar supostas publicidades abusivas na venda de bebidas infantis com embalagens• semelhantes a bebidas destinadas tão somente ao público adulto. Muitas das empresas que usam este tipo de publicidade aduzem, como base em sua defesa, estar disponibilizado claramente no rótulo se tratar de bebida não alcoólica.

Porém, a questão deve ser observada com mais cautela, tendo em vista o público infanto-juvenil não usar de: um senso analítico e crítico para analisar e separar o que é benéfico e o que é nocivo. Sendo assim, se torna muito fácil de ser assimilado pela criança o ato de consumir bebida alcoólica como algo normal a se praticar.

O problema que envolve essa questão é o fato da criança ser inexperiente para digerir o que lhe é transmitido, sendo, assim, facilmente influenciada e persuadida de maneira negativa.

Sendo assim, conto, desde já; com o apoio de meus pares a presente iniciativa, nesta ilustre Casa de Leis para preservarmos o desenvolvimento de nossas crianças, estas que darão continuidade em nossos trabalhos amanhã.