

**1. Nome do(s) membro(s) do Ministério Público idealizadores, bem como aqueles responsáveis pela implementação e pelo acompanhamento do projeto.**

Jairo Edward De Luca, Promotor de Justiça de São Bernardo do Campo, com colaboração do Centro de Apoio Operacional de Tutela Cível e Coletiva – área da Infância e Juventude - e de Luciana Bérghamo Tchorbadjian, Promotora de Justiça da área de Interesses Difusos e Coletivos da Capital-SP.

**2. Situação de fato detectada a exigir atuação diferenciada.**

O enfrentamento ao consumo de bebidas alcoólicas por crianças e adolescentes é questão tormentosa. Medidas de repressão e fiscalização, bem como campanhas de prevenção, embora úteis, não resolvem o problema, haja vista aos constantes estímulos da publicidade. A Constituição impõe restrições à publicidade de bebidas alcoólicas (art. 220, § 4º), mas a lei que a regulamenta (Lei n. 9294/96) as limitou aos produtos com concentração alcoólica superior a treze graus Gay Lussac, na contramão da definição técnica do Decreto 6116/2007 – (institui a Política Nacional sobre o Álcool). É sabido que a publicidade sem restrições das cervejas são prejudiciais sob a ótica de saúde pública, estimulando o consumo precoce do produto por menores de dezoito anos.

**3. Missão constitucional e legal do Ministério Público da área da infância e da juventude;**

O art. 127, da Constituição Federal, atribui ao Ministério Público a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis. O art. 129, IX, da Constituição dispõe caber ao Ministério Público exercer outras funções que lhe forem conferidas, desde que compatíveis com sua finalidade. O art. 201, VIII, do Estatuto da Criança e do Adolescente impõe ao Ministério Público zelar pelo efetivo respeito aos direitos e garantias legais assegurados às crianças e adolescentes, promovendo as medidas judiciais e extrajudiciais cabíveis. Cabível, portanto, ao Ministério Público fomentar o exercício da democracia direta (art. 14, II, CF) na defesa do direito à integridade física e psíquica de crianças e adolescentes, concorrendo para que a legislação se adeque aos interesses protegidos na Lei n. 8.069/90 e no art. 227, *caput*, da Constituição Federal.

**4. Título e descrição resumida do projeto.**

**“Chega de propaganda de cerveja na TV para crianças e adolescentes”**

O projeto visa a que as restrições à publicidade abranjam toda e qualquer bebida alcoólica, de modo a cortar estímulos ao consumo por crianças e adolescentes, incluídas as cervejas.

**5. Indicação do local de sua realização.**

Promotoria de Justiça da Infância e Juventude de São Bernardo do Campo e Promotoria de Justiça da Infância e da Juventude da Capital-SP (interesses difusos).

Meios de divulgação da proposta:

A ficha para a coleta das assinaturas consta do site do Ministério Público do Estado de São Paulo ([www.mp.sp.gov.br](http://www.mp.sp.gov.br)). À medida que a proposta vai sendo divulgada, eleitores de todo o País podem aderir à proposta, acessando o site e imprimindo a ficha, concorrendo para a coleta de assinaturas, com posterior envio ao endereço previamente estipulado.

## **6. Resultados Esperados.**

Com ampla mobilização popular, acredita-se possível alterar-se a legislação, cuja finalidade é a de cortar estímulos ao consumo de bebidas por crianças e adolescentes. Essa mobilização pressupõe o atendimento aos requisitos estipulados pela Constituição federal (art. 61, § 2º) para a criação de projeto de lei de iniciativa popular, dentre os quais, a coleta de assinaturas mínimas para a tramitação da proposta.

## **7. Resultados Alcançados.**

No dia 13 de novembro de 2012, no Auditório Queiros Filho, na sede do Ministério Público do Estado de São Paulo, realizou-se audiência pública sobre o tema “Enfrentamento ao Consumo de Bebidas Alcoólicas por Crianças e Adolescentes”, que contou com a participação de especialistas, dentre os quais o psiquiatra Ronaldo Laranjeira, da UNIFESP, a psicóloga Ilana Pynsk, da UNIFESP, o jurista Dalmo de Abreu Dallari, da USP e o professor Luiz Antônio de Souza Amaral, do Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral. Nessa oportunidade, lançou-se a ideia de se buscar projeto de lei de iniciativa popular voltado à alteração da Lei n. 9294/96, de modo a que as restrições à publicidade de bebidas alcoólicas abranjam todo o produto com concentração igual ou superior a 0,5 grau Gay Lussac, de acordo com o Decreto 6.117/2007. A ficha para a coleta das assinaturas foi elaborada sob a supervisão técnica do CETIC. A proposta já foi registrada em cartório (n. 229832, 1º Cartório de Registro de Títulos e Documentos de São Bernardo do Campo) e conta com o apoio do Conselho Federal de Medicina, do Conselho Federal de Farmácia, do Conselho Regional de Farmácia, da CNBB, da Federação Brasileira de Espiritismo, do Instituto Alana, da Aliança de Controle ao Tabagismo, da Sociedade Brasileira de Pediatria, da Secretária de Saúde de São Bernardo do Campo, do Conselho Tutelar de São Bernardo do Campo, da Direção de Ensino – Região de São Bernardo do Campo, dentre outras instituições e entidades.

Para ler o Projeto na Integra Clique [AQUI](#)