

PROJETO DE LEI N.º 195/XII

“Procede à 13ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, estabelecendo restrições à publicidade dirigida a menores de determinados produtos alimentares”

Exposição de motivos

O contributo das políticas públicas para a promoção de uma dieta saudável e equilibrada entre os jovens, prevenindo comportamentos de risco e procurando reduzir a obesidade infantil, deve representar um eixo de atuação transversal, extravasando o âmbito circunscrito das políticas de saúde.

De facto, os números conhecidos recentemente sobre esta matéria revelam que Portugal é um dos países europeus onde é maior a prevalência da obesidade infantil, onde 30% das crianças apresentam sobrepeso e mais de 20% são obesas, realidade associada a problemas físicos e psicológicos na infância, e contribuindo para um maior risco de contração de doenças cardiovasculares. Efetivamente, estamos perante uma realidade que deve constituir uma prioridade em matéria de saúde pública que deve mobilizar as múltiplas formas de intervenção dos poderes públicos.

Na presente sessão legislativa, o Partido Socialista apresentou já uma iniciativa vocacionada para a ajudar na resolução do problema, o Projeto de Lei n.º 57/XII, tendo proposto a edificação de um programa uniforme de distribuição de fruta nas escolas, articulando uma resposta por parte da ação social escolar a cargo do Ministério da Educação e Ciência.

Neste contexto, importa agora dar um passo adicional num outro domínio, alterando o enquadramento legislativo da publicidade dirigida a menores de determinados alimentos que contêm teores de açúcar, gordura, gordura saturada e sódio que se revelam



desajustados a uma dieta saudável. O presente projeto de lei procura, pois, garantir a prevalência do acesso a informação clara e objetiva sobre os produtos alimentares consumidos pelas camadas mais jovens da população, restringindo a possibilidade de realização de ações publicitárias nos espaços escolares e nas suas imediações, de forma a reforçar a proteção da saúde de uma faixa de consumidores mais permeável a ações publicitárias que incentivam comportamentos alimentares desequilibrados e pouco saudáveis.

Também no que concerne ao tipo de ações publicitárias a desenvolver a presente iniciativa procura reforçar a objetividade das mensagens veiculadas, vedando as ações que procurem criar um sentido de urgência ou necessidade premente no consumo do produto anunciado, transmitir a ideia de facilitismo na sua aquisição, minimizando os seus custos, transmitir a ideia de benefício no seu consumo exclusivo ou exagerado, comprometendo a valorização de uma dieta variada e equilibrada e um estilo de vida saudável ou associem o consumo do produto à aquisição de estatuto, popularidade, sucesso ou inteligência.

Num domínio de intervenção transversal, a presente iniciativa procura contribuir para o reforço da proteção dos menores e para a disseminação de comportamentos saudáveis e equilibrados no plano alimentar.

Assim, nos termos constitucionais e regimentais aplicáveis, os Deputados do Partido Socialista, abaixo-assinados, apresentam o presente Projeto de Lei:

Artigo 1.º

Aditamento ao Código da Publicidade

É aditado o artigo 20.º-A ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto -Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, e alterado pelos Decretos -Leis n.ºs 74/93, de 10 de Março, 6/95, de 17 de Janeiro, e 61/97, de 25 de Março, pela Lei n.º 31 -A/98, de 14 de Julho, pelos Decretos -Leis n.ºs 275/98, de 9 de Setembro, 51/2001, de 15 de Fevereiro, e 332/2001, de 24 de Dezembro, pela Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, pelo Decreto -Lei n.º 224/2004, de 4 de Dezembro, pela Lei n.º 37/2007, de 14 de Agosto, pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, e pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril, com a seguinte redacção:

«Artigo 20.º-A

Publicidade de produtos alimentares e bebidas dirigida a menores

1 – É proibida a publicidade a alimentos e bebidas de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio em estabelecimentos de ensino básico e secundário e num raio circundante de 500 metros, bem como em publicações, programas ou atividades destinadas a menores, em publicações, programas ou atividades destinadas a menores.

2 – É proibida a publicidade a alimentos e bebidas de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio na televisão e na rádio nos 30 minutos anteriores e posteriores a programas infantil, bem como na inserção de publicidade nas respectivas interrupções.

3 – A publicidade a alimentos e bebidas de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio dirigida a menores deve ser clara e objectiva e não relacionar o consumo do produto a potenciais benefícios para a saúde ou outros, abstendo-se, designadamente, de:

- a) Criar um sentido de urgência ou necessidade premente no consumo do produto anunciado;
- b) Transmitir a ideia de facilitismo na sua aquisição, minimizando os seus custos;
- c) Transmitir a ideia de benefício no seu consumo exclusivo ou exagerado, comprometendo a valorização de uma dieta variada e equilibrada e um estilo de vida saudável;
- d) Associar o consumo do produto à aquisição de estatuto, popularidade, sucesso ou inteligência.

4 – Para efeitos do disposto nos números anteriores, consideram-se alimentos e bebidas de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio, os géneros alimentícios que contenham uma quantidade de açúcar, gordura, gordura saturada ou sódio proveniente da adição de sal de cozinha ou outro, que comprometa, de acordo com o conhecimento científico disponível e nos termos das recomendações a emitir pela Direcção-Geral de Saúde, uma dieta variada, equilibrada e saudável.»

Artigo 2.º

Alteração ao Código da Publicidade

É alterado o artigo 34.º ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto -Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, e alterado pelos Decretos -Leis n.ºs 74/93, de 10 de Março, 6/95, de 17 de Janeiro, e 61/97, de 25 de Março, pela Lei n.º 31 -A/98, de 14 de Julho, pelos Decretos -Leis n.ºs 275/98, de 9 de Setembro, 51/2001, de 15 de Fevereiro, e 332/2001, de 24 de Dezembro, pela Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, pelo Decreto -Lei n.º 224/2004, de 4 de



Dezembro, pela Lei n.º 37/2007, de 14 de Agosto, pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, e pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril, que passa a ter a seguinte redacção:

«Artigo 34.º

[...]

1 – A infracção ao disposto no presente diploma constitui contra-ordenação punível com as seguintes coimas:

- a) De € 1750 a €3750 ou de € 3500 a € 45000, consoante o infractor seja pessoa singular ou colectiva, por violação do preceituado nos artigos 7º, 8º, 9º, 10º, 11º, 12º, 13º, 14º, 16º, 20º, 20.º-A, 22º-B, 23º, 24º, 25º e 25º-A;
- b) [...]
- c) [...]

2 – [...].»

Artigo 3.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor no primeiro dia do segundo mês posterior à sua publicação.

Palácio de São Bento, 2 de Março de 2012,

OS DEPUTADOS,

(Pedro Delgado Alves)

(Fernando Serrasqueiro)

(Duarte Cordeiro)

(Manuel Pizarro)



(Odete João)

(Rui Santos)

(Rui Pedro Duarte)

(Ana Catarina Mendes)

(Inês de Medeiros)

(Acácio Pinto)

(Carlos Enes)

(António Braga)

(Carlos Zorrinho)