

1899-2012
112 anos

Direção-Geral da Saúde
www.dgs.pt



Ministério da Saúde

DIVISÃO DE APOIO ÀS COMISSÕES
DE ÉTICA PARA A ÉTICA, A CIDADANIA E A COMUNICAÇÃO

CPECC

N.º ÚNICO 428897

ENTRADA/ATA N.º 221 DATA 20/10/2012

10-000-2012 5521

Exm.º Senhor
Presidente da Comissão para a Ética, a Cidadania e a
Comunicação
Assembleia da República
Palácio de S. Bento
1249-068 Lisboa

Sua referência
Of.
202/XII/1ª/CPECC/2012
Proc. N.º 12.2

Sua comunicação de
30.3.2012

Nossa referência
Ent. 3767/DGS) DPCO

Data
11.4.2012

ASSUNTO: Pedido de pronúncia sobre o Projeto de Lei nº 193/XII/1ª e Projeto de Lei nº 195/XII/1ª

Os Projetos de Lei em causa abordam o tema sensível da publicidade de produtos alimentares e bebidas dirigidas a menores. A evidência científica disponível atualmente sugere uma relação entre a obesidade em crianças e a exposição à publicidade, em especial a televisiva, de alimentos com elevado valor energético e baixo valor nutricional. Este fato tem levado a um interesse crescente na regulação da publicidade alimentar que tem como alvo o público infantil. Contudo, a definição dos melhores métodos regulatórios para reduzir ou mesmo eliminar esta exposição não tem sido consensual pela grande heterogeneidade dos formatos de comunicação utilizados em publicidade e pela dificuldade em escolher os alimentos ou grupos de alimentos a restringir.

Não obstante a DGS comungar da preocupação que motiva a apresentação dos diplomas, foi feita uma análise dos articulados propostos, importando fazer algumas considerações.

Antes de mais, refira-se que ambos os projetos de lei proíbem publicidade na televisão. No entanto, tal pode deixar de fora vários programas emitidos em canais de televisão potencialmente não abrangidos pelo código da publicidade ou pela lei da televisão, o que poderá frustrar o objetivo dos diplomas.

No que se refere ao projeto de lei com o número de registo 193/XII/1ª, salienta-se que a fiscalização da proibição na internet se afigura de difícil concretização, uma vez que os conteúdos dos "sítios ou páginas (...) destinados ao público infantil e juvenil" podem não ser controláveis.

Por outro lado, no que se refere à proposta de redação do n.º 3 do artigo 20.º do Código da Publicidade, a expressão "hábitos de alimentação saudável" não será totalmente adequada, já que por ser demasiado genérica permite a inclusão de alimentos não saudáveis. De facto, no âmbito de uma divulgação de hábitos de alimentação saudável, como o consumo diário do pequeno-almoço podem inserir-se alimentos nutricionalmente desaconselhados.

No que respeita à proposta de fiscalização das proibições, parece mais adequado seguir a regra geral de fiscalização do Código da Publicidade, que atribui tais competências ao Instituto do



Consumidor. A missão e atribuições da Direção-Geral da Saúde não se coadunam com a fiscalização de conteúdos publicitários.

Quanto ao projeto de lei com o número de registo 195/XII/1ª, realça-se que a previsão constante do artigo 20.º-A, no sentido de ser a DGS a emitir recomendações para a definição de alimentos e bebidas com elevado teor de açúcar, gordura ou sódio, de acordo com o conhecimento científico disponível, seria adequada, em termos genéricos, mas pode revelar-se de difícil adaptação prática. A literatura internacional que suporta a definição de alimentos e bebidas com elevado teor em açúcar, gordura ou sal pode não ser adequada para todos os alimentos. Por exemplo, existem alimentos pouco interessantes do ponto de vista nutricional que podem não ficar abrangidos pela proibição (alguns refrigerantes sem açúcar adicionado). Estas situações pontuais necessitariam de uma análise caso a caso.

Em suma, os Projetos de Lei vão de encontro a uma estratégia de regulação que começa a ser cientificamente aceite em diversos países para melhorar os hábitos alimentares do público infantil, necessitando contudo de ultrapassar diversas limitações práticas que poderão colocar em risco a sua eficácia.

Melhores cumprimentos

Francisco George
Diretor-Geral da Saúde