

Mesa Redonda – 15 de outubro de 2009

Regulamentação da publicidade de alimentos

Renata de Araujo Ferreira
Especialista - GGPRO/ANVISA

Perfil da Publicidade de Alimentos no Brasil:

❖ Monteiro, R. A. 2009:

- Analisou a publicidade de alimentos veiculadas entre 2006 e 2007 destinadas ao público infantil em TVs abertas e fechadas;
- 77,2% do total de peças publicitárias de alimentos ($N = 8009$) são direcionadas ao público infantil ($n = 6.183$ inserções referentes a 290 peças publicitárias diferentes);

Monteiro, R. A. Influência de Aspectos Psicossociais e Situacionais sobre a Escolha Alimentar Infantil. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações. Universidade de Brasília. 2009

Perfil da Publicidade de Alimentos no Brasil:

❖ Monteiro, R. A. 2009:

- Cinco categorias de alimentos mais anunciados: *fast foods* ($n = 1.315$, 21,3%); doces e sorvetes ($n = 1.190$, 19,2%); salgadinhos de pacote ($n = 1.016$, 16,4%); bolos e biscoitos doces ($n = 728$, 11,8%); refrigerantes e sucos artificiais ($n = 603$, 9,8%).
- Alimentos saudáveis são pouco anunciados e normalmente são destinados a crianças de primeira infância: cereais ($n = 126$, 2,0%), carnes magras ($n = 36$, 0,6%) e biscoitos salgados, pães, massas e outros cereais ($n = 26$, 0,4%).

Dados importantes:

- ❖ Para cada dólar gasto pela OMS tentando promover a nutrição saudável, 500 dólares são gastos pela indústria de alimentos na promoção de alimentos processados (Lang & Millstone, 2002).
- ❖ De acordo com dados do Ministério da Saúde, estima-se que os gastos do Sistema Único de Saúde (SUS) com as DCNT totalizam 69% dos gastos com atenção à saúde (Brasil, 2005).
- ❖ A restrição da publicidade de alimentos direcionada às crianças pode ser uma das mais custo-efetivas intervenções baseadas na população disponíveis aos governos atualmente (Magnus et al, 2009).

Tipos de regulamentação existentes no Brasil:

❖ Sistema misto: Auto Regulamentação

✓ Publicidade responsável - compromisso público:

- Assinado em 25/08/2009 pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentação (ABIA) e Associação Brasileira de Anunciantes (ABA);

✓ Código de Ética do Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária – CONAR:

- Seção 11 e Anexo H.

Tipos de regulamentação existentes no Brasil:

❖ Sistema misto: Regulamentação estatutária

✓ Normas gerais:

- Código de Defesa do Consumidor;
- Decreto-Lei nº. 986/69;

✓ Regulamentação específica:

- Proposta de regulamentação da ANVISA (Consulta Pública nº. 71/2006)

CP nº. 71/06 – Elaboração da proposta

❖ Grupo de Trabalho – 2005 a 2006:

Anvisa – GPROP e GGALI	Ministério Público Federal
Ministério da Saúde - CGPAN	Sociedade Brasileira de Pediatria - SBP
Ministério da Agricultura - MAPA	Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos - ABIA
Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC	Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária - CONAR
Departamento de Proteção e defesa do Consumidor -DPDC/MJ	Comissão de Assuntos Sociais do Senado (Consultoria Legislativa)
Conselho Federal de Nutricionistas - CFN	Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes - ABIR

Proposta de Resolução – CP nº 71/2006

❖ Principais pontos abordados:



Proposta de Resolução – CP nº 71/2006

❖ Pontos principais:

- Veiculação de mensagens que orientam quanto aos riscos associados ao consumo excessivo de açúcar, gordura saturada, gordura trans e sódio;

ESTE ALIMENTO POSSUI ELEVADA QUANTIDADE DE GORDURA SATURADA. O CONSUMO EXCESSIVO DE GORDURA SATURADA AUMENTA O RISCO DE DESENVOLVER DIABETES E DOENÇAS DO CORAÇÃO.

ESTE ALIMENTO POSSUI ELEVADA QUANTIDADE DE GORDURA TRANS. O CONSUMO EXCESSIVO DE GORDURA TRANS AUMENTA O RISCO DE DESENVOLVER DOENÇAS DO CORAÇÃO.

ESTE ALIMENTO POSSUI ELEVADA QUANTIDADE DE SÓDIO. O CONSUMO EXCESSIVO DE SÓDIO AUMENTA O RISCO DE DESENVOLVER PRESSÃO ALTA E DOENÇAS DO CORAÇÃO.

ESTE ALIMENTO POSSUI ELEVADA QUANTIDADE DE AÇÚCAR. O CONSUMO EXCESSIVO DE AÇÚCAR AUMENTA O RISCO DE DESENVOLVER OBESIDADE E CÁRIE DENTÁRIA.

Proposta de Resolução – CP nº 71/2006

❖ Pontos principais (proibições):

- Estimular ou encorajar o consumo excessivo dos alimentos com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional;
- Informar ou sugerir que alimentos que possuam em sua composição nutrientes e fibras alimentares adicionados intencionalmente possam atuar como substitutos de alimentos que os possuam naturalmente em sua composição;

Proposta de Resolução – CP nº 71/2006

❖ Pontos principais (proibições):

- Utilizar figuras, desenhos, personalidades e personagens que sejam cativos ou admirados por esse público alvo;
- Divulgação de brindes, prêmios, bonificações e apresentações especiais, condicionadas a aquisição desses alimentos.
- Realizar propaganda em instituições de ensino infantil ou fundamental e em outras entidades públicas ou privadas destinadas a fornecer cuidados às crianças;

Proposta de Resolução – CP nº 71/2006

❖ Pontos principais – Restrição de horário:

- A propaganda dos alimentos do escopo somente poderá ser realizada em rádio e televisão entre as vinte e uma e às seis horas;

Etapas do processo de regulamentação – CP nº 71/2006

- ❖ Audiência Pública – realizada em 20/08/2009;
- ❖ Consolidação das contribuições provenientes da Audiência Pública;
- ❖ Aprovação pela Diretoria Colegiada da Anvisa;
- ❖ Publicação.

Contato

**Gerência Geral de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda,
Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos a
Vigilância Sanitária – GPRO**

**SIA, Trecho 5, Área Especial 57, Bloco B, 1º Andar, Sala 02,
Brasília (DF) - CEP 71.205-050**

Tel.: (61) 3462-5354 / Fax: (61) 3462-5370

ggpro@anvisa.gov.br