

Propaganda de alimento terá frase de advertência, como os remédios

26/08/2009

O Estado de São Paulo

Mesmo com norma da indústria, Anvisa publicará regras para produto com alto nível de açúcar, sal e gordura

Mesmo com a autorregulamentação anunciada ontem pelos fabricantes de alimentos e bebidas, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) publicará até o fim do ano novas regras para a propaganda de produtos com altos níveis de açúcar, sal e gorduras, como chocolates, bolos, bolachas recheadas, salgadinhos e refrigerantes. As peças publicitárias voltadas para crianças ou veiculadas durante programas infantis terão restrições ainda maiores.

Pelo texto, a propaganda desses alimentos deverá conter frases informativas, a exemplo do que ocorre com medicamentos - e nos mesmos moldes de tamanho e cor. Por exemplo, um comercial de bolacha de chocolate deverá trazer, por escrito e lido pelo narrador, uma frase alertando que se trata de um produto com altos índices de açúcar (substância que, se ingerida em excesso, pode provocar diabetes, aumento do colesterol e obesidade). Além disso, a propaganda dirigida a crianças só poderá ser veiculada entre as 21 e 6 horas. Animações e uso de personagens de desenhos infantis nos comerciais ficam proibidos. Também não poderão ser feitas ações de marketing em escolas e materiais escolares.

As regras serão válidas para propagandas em revistas, jornais, televisão, rádio e internet. "A regulamentação trará regras para as propagandas que influenciam no consumo de determinados produtos entre a população, até mesmo infantil", diz a gerente-geral de Fiscalização de Propaganda da Anvisa, Maria José Delgado. Segundo ela, a decisão está baseada no aumento da incidência de doenças crônicas no País, como diabetes, hipertensão, síndrome metabólica e problemas cardíacos.

Ontem, a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia), a Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e 24 indústrias alimentícias prometeram acabar, a partir de janeiro, com a publicidade dirigida a crianças e pré-adolescentes de até 12 anos.

O texto, porém, é mais brando do que o discurso - segundo o documento, o fim dos anúncios fica restrito às mídias e aos programas que tenham pelo menos metade da audiência formada por crianças, algo não tão simples de medir.

Dados do Ministério da Saúde mostram que cerca de 60% dos gastos ambulatoriais e hospitalares do Sistema Único de Saúde ocorrem no atendimento a complicações decorrentes das doenças crônicas. Pesquisas realizadas em amostras populacionais mostram que o sobrepeso e obesidade atingem cerca de 30% das crianças.

A regulamentação da Anvisa está em estudo desde 2006, quando o tema foi colocado para consulta pública. Desde então, sugestões foram recebidas e uma audiência pública foi realizada na semana passada, último passo para a elaboração do texto final. A iniciativa tem provocado discussão com a indústria, que questiona a competência da agência para regulamentar propaganda. "Nós temos embasamento jurídico para a questão. A legislação diz apenas que leis estaduais ou municipais não podem legislar sobre propaganda", diz Maria José.

O QUE QUER A ANVISA

Advertência:

Peças publicitárias de alimentos com alto teor de açúcar, sal e gorduras e pobres em nutrientes devem conter frases explicativas, a exemplo do que já ocorre com os medicamentos

Horários:

Propaganda voltada às crianças só das 21 às 6 horas

Formato:

A indústria de alimentos e as agências não poderão mais usar animações e personagens infantis

Mídias:

As regras valerão para propagandas em revistas, jornais, televisão, rádio e internet

Escolas:

Propagandas e ações de marketing serão proibidas

Alimentos não saudáveis:

Possuem quantidade igual ou superior: - a 15 g de açúcar por 100 g ou - a 5 g de gordura saturada por 100 g ou - a 0,6 g de gordura trans por 100 g ou - a 400 mg de sódio por 100 g