



# RESTRIÇÕES A PUBLICIDADE DIRIGIDA A MENORES DE DETERMINADOS GÉNEROS ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS

## I. ALTERAÇÃO DO CÓDIGO DA PUBLICIDADE

Foi, recentemente, aprovada a Lei nº 30/2019, de 23 de abril, que veio introduzir restrições à publicidade dirigida a menores de géneros alimentícios e bebidas que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados.

## II. CONTEXTO DA ALTERAÇÃO LEGISLATIVA

A alteração do Código de Publicidade está enquadrada numa política do Estado de combate ao excesso de peso e à obesidade infantil, que procurará prevenir comportamentos de risco e reduzir a ocorrência de doenças: aumento de dificuldades respiratórias, diabetes, hipertensão, doenças cardiovasculares, oncológicas, entre outras patologias.

Esta matéria, embora não fosse objeto de estipulação legal, estava contemplada em códigos de autorregulação. A presente lei prevê que os agentes económicos podem vincular-se a restrições mais exigentes do que as estipuladas nesta sede através da celebração de acordos de autorregulação e de correção, de adesão e desvinculação livre.

### III. PRODUTOS QUE CONTENHAM ELEVADO VALOR ENERGÉTICO, TEOR DE SAL, AÇÚCAR, ÁCIDOS GORDOS SATURADOS E ÁCIDOS GORDOS TRANSFORMADOS

A Lei nº 30/2019, de 23 de abril, considera como *géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados* aqueles que contenham uma **quantidade dos referidos elementos que comprometa**, de acordo com o conhecimento científico disponível, **uma dieta variada, equilibrada e saudável**.

No entanto, teremos de aguardar pela definição concreta deste conceito, que foi remetida para despacho da **Direção-Geral de Saúde**, a ser publicado posteriormente à entrada em vigor da lei, com base em recomendações da **Organização Mundial da Saúde e da União Europeia**.

### IV. LIMITAÇÕES NAS MENSAGENS PUBLICITÁRIAS

A publicidade a todos os géneros alimentícios e bebidas que contenham **elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados** fica agora sujeita a restrições, conforme previsto na lei.

Infelizmente, apesar de o procedimento legislativo ter sido longo, o legislador optou por usar **conceitos vagos e indeterminados** no que respeita ao **destinatário da publicidade**. Esta indefinição é, desde logo, notória na discrepância do resumo que a Assembleia da República atribuiu ao diploma (*“Introduz restrições à publicidade dirigida a menores de 16 anos ...”*) e o objeto do mesmo definido no seu artigo 1.º e na redação do n.º 1 do novo artigo 20.º-A do Código da Publicidade, que não fazem menção à idade (16 anos) do destinatário da publicidade (ao contrário do que ocorre na redação dos demais números daquele artigo).

Assim, o legislador manteve a indefinição sobre o que são **“programas infantis”**; aplica a proibição aos programas de televisão ou rádio que tenham, pelo menos, **25% de audiência de público inferior a 16 anos**, o que é um facto impossível pois a audiência é apurada após a transmissão; ou omite instruções para identificarmos que os **destinatários de conteúdos disponíveis na internet ou em aplicações móveis são menores de 16 anos**, quando aqueles não estão sujeitos a classificação etária, entre outros. Indubitavelmente, estes constituirão um sério desafio para o intérprete das normas e um foco de incerteza jurídica.

## RESTRIÇÕES RELATIVAS AO ESPAÇO FÍSICO

É proibida a publicidade a estes géneros alimentícios e bebidas:

- a. Em estabelecimentos de ensino **pré-escolar, básico e secundário**;
- b. Em **parques infantis** públicos e abertos ao público;
- c. Num raio circundante de **100 metros dos acessos dos locais** referidos nas alíneas anteriores (com exceção dos elementos publicitários afixados em estabelecimentos comerciais, nomeadamente através da colocação de marcas em mobiliário de esplanadas, em toldos ou em letreiros integrados no estabelecimento);
- d. Em **atividades desportivas, culturais e recreativas** organizadas pelos estabelecimentos de ensino pré-escolar, básico e secundário.

## RESTRIÇÕES RELATIVAS À DIFUSÃO NAS PLATAFORMAS/ SUPORTES (televisão, rádio, cinema, publicações e internet)

É proibida a publicidade a estes géneros alimentícios e bebidas:

- a. Nos **30 minutos anteriores e posteriores a programas infantis, e a programas televisivos** que tenham um **mínimo de 25% de audiência inferior a 16 anos**, bem como na inserção de publicidade nas **respetivas interrupções**, nos serviços de **programas televisivos e serviços de comunicação audiovisual a pedido** e na **rádio**;
- b. Nos **filmes** com classificação etária para **menores de 16 anos**, transmitidos nas **salas de cinema**;
- c. Em **publicações** destinadas a **menores de 16 anos**;
- d. Na **internet**, através de **sítios, páginas ou redes sociais**, bem como em **aplicações móveis** destinadas a dispositivos que utilizem a internet, quando os seus conteúdos tenham como destinatários os **menores de 16 anos**.

## RESTRICÇÕES RELATIVAS AO CONTEÚDO DA MENSAGEM PUBLICITÁRIA

A alteração legislativa procura reforçar a objetividade das mensagens veiculadas, proibindo que a mesma:

- I. **Encoraje** consumos excessivos;
- II. **Menospreze** os não-consumidores;
- III. Crie um sentido de **urgência ou necessidade premente** no consumo do produto anunciado;
- IV. Transmita a ideia de **facilitismo na sua aquisição**, minimizando os seus custos;
- V. Transmita 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;
- VI. Associe o consumo do produto à aquisição de **estatuto, êxito social, especiais aptidões, popularidade, sucesso ou inteligência**;
- VII. Utilize em anúncios publicitários **figuras, desenhos, personalidades e mascotes**, entre outros, que se encontrem relacionados com programas destinados ao público infantil;
- VIII. Comunique características de géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados como **benéficos para a saúde, omitindo os efeitos nocivos dos referidos teores elevados**.

## V. SANÇÕES

Os limites mínimo e máximo das coimas - € 1.750,00 a € 3.750,00 ou de € 3.500,00€ a € 45.000,00, para pessoa singular ou coletiva, respetivamente - não foram alterados, apenas atualizados de escudos para euros.

## VI. ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA FISCALIZAÇÃO

A competência para instruir os processos de contraordenação e para aplicar coimas compete à **Direção-Geral do Consumidor**, organismo do Ministério da Economia que tem por missão contribuir para a definição e execução da política de defesa do consumidor em Portugal.

## VII. AVALIAÇÃO DE IMPACTO

A lei estipula que deve ser objeto de avaliação de impacto sucessiva periódica, a cada cinco anos, quanto aos padrões de consumo alimentar dos menores de 16 anos e à ponderação da implementação das alterações consideradas adequadas para promover a melhoria da saúde e hábitos alimentares dos menores.

## VIII. ENTRADA EM VIGOR

A lei entrará em vigor 60 dias após a sua publicação.

[www.abreuadvogados.com](http://www.abreuadvogados.com)



Para mais informações contacte [appiti@abreuadvogados.com](mailto:appiti@abreuadvogados.com)

Lisboa  
Av. Infante D. Henrique, 26  
1149-096 Lisboa  
☎ (+351) 217 231 800  
☎ (+351) 217 231 899  
✉ [lisboa@abreuadvogados.com](mailto:lisboa@abreuadvogados.com)

Porto  
Rua S. João de Brito, 605 E - 4º  
4100-455 Porto  
☎ (+351) 226 056 400  
☎ (+351) 226 001 816  
✉ [porto@abreuadvogados.com](mailto:porto@abreuadvogados.com)

Madeira  
Rua Dr. Brito da Câmara, 20  
9000-039 Funchal  
☎ (+351) 291 209 900  
☎ (+351) 291 209 920  
✉ [madeira@abreuadvogados.com](mailto:madeira@abreuadvogados.com)

Siga-nos

 [www.linkedin.com/company/abreu-advogados](http://www.linkedin.com/company/abreu-advogados)  
 [www.twitter.com/abreuadvogados](http://www.twitter.com/abreuadvogados)



A Abreu Advogados é a 1ª sociedade de advogados em Portugal com sistema de gestão certificado (ISO 9001).



A Abreu Advogados compensa a sua pegada de carbono e está certificada como e)mission neutral.



A Abreu Advogados é uma B Corp. As empresas B Corp, líderes do movimento global de pessoas que usam os "negócios como uma força para o bem", cumprem as mais elevadas normas corporativas em matéria de responsabilidade, transparência e desempenho social e ambiental e fomentam o poder dos negócios para resolver desafios sociais e ambientais.