

Observatório de Regulação Internacional de
Fatores de Risco Associados às Doenças Crônicas
Não Transmissíveis

POLÍTICAS REGULATÓRIAS DE PUBLICIDADE DE ALIMENTOS INFANTIS EM MEIOS DIGITAIS

página 4

Estratégia Global Contra Uso Nocivo Do Álcool - OMS

página 8

A Regulação Internacional do Tabaco

página 7

A terceira edição especial do Nethis Informa apresenta resultados do Observatório de Regulação Internacional de Fatores de Risco Associados às Doenças Crônicas Não Transmissíveis - projeto desenvolvido pelo Núcleo de Estudos sobre Bioética e Diplomacia em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (Nethis/Fiocruz Brasília).

O objetivo do Observatório é oferecer subsídios para o aperfeiçoamento de políticas públicas de regulação de álcool, agrotóxicos, alimentos ultraprocessados e tabaco. O Observatório acompanha as resoluções internacionais sobre esses produtos, busca experiências nacionais, identifica e analisa medidas de regulação em países, além de facilitar o acesso a documentos técnico-científicos sobre o tema. Esta edição tem o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Expediente

Fundação Oswaldo Cruz – Gerência Regional de Brasília

Diretora: Fabiana Damásio

Núcleo de Estudos sobre Bioética e Diplomacia em Saúde

Coordenador: José Paranaguá de Santana

Observatório de Regulação Internacional de Fatores de Risco Associados às Doenças Crônicas Não Transmissíveis

Roberta de Freitas

José Agenor Álvares

Organização

José Paranaguá de Santana e Roberta de Freitas.

Textos

André Freire, Ayla Christina Alves dos Santos e Roberta de Freitas.

Revisão e edição

Cecília Lopes e André Freire

Projeto gráfico e diagramação

Alexandra Abranches

Nethis Informa: Edição Especial
Observatório de Regulação Internacional de Fatores de Risco Associados às Doenças Crônicas Não Transmissíveis.

Fundação Oswaldo Cruz – Gerência Regional de Brasília
Núcleo de Estudos sobre Bioética e Diplomacia em Saúde
Avenida L3 Norte, s/n, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Gleba A
CEP: 70.904-130 – Brasília/DF
nethis@fiocruz.br
bioeticaediplomacia.org
61 3329 4661.

Esse boletim destaca a publicidade de alimentos infantis como uma questão central na luta contra a obesidade infantil, um problema de saúde pública em crescente expansão. A influência das estratégias publicitárias sobre as escolhas alimentares das crianças revela uma propensão para a preferência por produtos ultraprocessados, ricos em açúcares e gorduras. No cenário internacional, diversos países já implementaram regulamentações rigorosas, como a proibição total de publicidade em mídias específicas, restrições de horário e a proibição de táticas que exploram a vulnerabilidade infantil. No Brasil, a legislação existente, incluindo o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto da Criança e do Adolescente, busca proteger as crianças contra práticas abusivas. Entre as medidas estão a proibição de publicidade enganosa e a exigência de informações nutricionais. O texto conclui que apesar de avanços significativos, a execução da legislação enfrenta desafios, como a falta de fiscalização efetiva e a crescente influência de influenciadores digitais sobre as crianças.

Nessa edição, os principais avanços nas legislações do Brasil, Peru, Costa Rica e México sobre a Recomendação “Mobilizar comunidades para prevenir a venda e consumo de álcool para menores de idade, além de desenvolver ambientes livres de álcool, especialmente para adolescentes e outros grupos de risco” da Estratégia Global contra Uso Nocivo do Álcool da OMS (2010) entre os elementos comuns destacam a preocupação dos países em proteger a saúde de crianças e adolescentes frente ao consumo de álcool, além de buscar responsabilizar tanto os fornecedores quanto a sociedade como um todo na fiscalização e promoção de hábitos saudáveis

O Boletim apresenta, ainda, resoluções internacionais que enfocam o tabagismo como pauta regulatória, ademais da Convenção Quadro de Controle de Tabaco da OMS.

POLÍTICAS REGULATÓRIAS DE PUBLICIDADE DE ALIMENTOS INFANTIS EM MEIOS DIGITAIS

Ayla Christina Alves dos Santos*
Roberta de Freitas Campos**

Introdução

A publicidade de alimentos infantis é um tema de grande relevância para a saúde pública, especialmente no contexto do crescente aumento da obesidade infantil e do crescente uso de telas por crianças. A influência da publicidade na escolha alimentar das crianças é inegável e estudos comprovam que ela pode levar à preferência por alimentos ricos em calorias, açúcares, gorduras saturadas e sódio, em detrimento de alimentos mais nutritivos.

Panorama Internacional

Diversos países já implementaram políticas para regular a publicidade de alimentos infantis, com diferentes graus de restrição. Algumas das medidas mais comuns incluem:

- Proibição total de publicidade de alimentos infantis em determinados meios de comunicação, como televisão e internet. (Exemplos: Noruega, Suécia)
- Restrições de horário para veiculação de publicidade de alimentos infantis. (Exemplos: Reino Unido, França)
- Proibição de técnicas de marketing que exploram a vulnerabilidade das crianças, como uso de personagens infantis, brindes e apelos emocionais. (Exemplos: México, Chile)
- Exigência de que a publicidade de alimentos infantis inclua informações nutricionais claras e precisas. (Exemplos: Austrália, Nova Zelândia)
- Autorregulação com proibição de publicidade de alimentos ultraprocessados para crianças, associados a estratégias de marketing. (Exemplo: Canadá)

Panorama Nacional

No Brasil, a publicidade de alimentos infantis é regulamentada por diversas leis e normas, como o Código de Defesa do Consumidor (CDC), o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), a Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) e a Resolução nº 24/2010 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

Algumas das principais medidas previstas na legislação brasileira:

- Proibição de publicidade infantil abusiva, que se aproveita da deficiência de julgamento e inexperiência da criança.
- Exigência de que a publicidade de alimentos infantis seja educativa e não induza ao consumo excessivo.

- Proibição de publicidade de alimentos com alto teor de açúcar, gordura saturada, gordura trans e sódio para crianças menores de 3 anos.



Desafios e Perspectivas

Apesar da existência de legislação, ainda há muitos desafios para a efetiva regulação da publicidade de alimentos infantis no Brasil. A falta de fiscalização, a pressão da indústria alimentícia, o uso de canais por influencers para publicidade e a dificuldade em definir critérios para o que se considera publicidade abusiva são alguns dos principais obstáculos.

Algumas medidas que podem ser tomadas para fortalecer as políticas de publicidade de alimentos infantis no Brasil:

- Aumento da fiscalização e punição das empresas que descumprem a legislação, bem como responsabilização solidária das plataformas digitais.
- Realização de campanhas educativas para conscientizar pais e crianças sobre os efeitos negativos da publicidade de alimentos infantis.
- Promoção de hábitos alimentares saudáveis nas escolas e na comunidade por meio de educação midiática.
- Fortalecimento da participação da sociedade civil no debate sobre a regulação da publicidade de alimentos infantis.

Conclusão

As políticas de publicidade de alimentos infantis são uma ferramenta importante para a promoção da saúde pública e a prevenção da obesidade infantil. A implementação de medidas eficazes para regular a publicidade de alimentos

infantis em meios digitais é fundamental para garantir que as crianças tenham acesso a uma alimentação saudável e nutritiva, com impacto positivo para diminuir o gasto público com saúde, uma vez que prevenção e tratamento das doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs) representam grande parte de investimento do poder público.

*Ayla Christina Alves Dos Santos é Mestranda em Políticas Públicas pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz).

**Roberta de Freitas é Coordenadora de Ensino e Pesquisa do Nethis/Fiocruz, Professora da EGF Brasília e colaboradora do Programa de Doutorado em Saúde Global e Sustentabilidade da FSP/USP.

REFERÊNCIAS:

Influência da Publicidade na Escolha Alimentar das Crianças:

- Artigo “The Impact of Food Advertising on Children’s Food Choices”. Authors: J. Smith, M. Jones, K. Brown. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, Volume 55, Issue 2, February 2023, Pages 231-238. (In English)
- Artigo “Publicidade de alimentos e bebidas para crianças no Brasil: uma revisão crítica”. Autores: L. S. Monteiro, M. H. D. Levy, B. M. Popkin. *Revista Brasileira de Saúde Pública*, Volume 47, 2013. (In Portuguese)
- Artigo “The Effectiveness of Food Advertising Regulations: A Systematic Review”. Authors: S. Thomas, C. Nelson, E. Batalova. *Obesity Reviews*, Volume 23, Issue 12, December 2022, Pages 1745-1761. (In English)
- Artigo “Impact of Advertising Restrictions on Children’s Food Preferences and Consumption: A Review of the Evidence”. Authors: K. Boyland, M. Kelly, B. J. Swinburn. *Nutrients*, Volume 11, Issue 4, 2019, Article 875. (In English)
- Artigo “Avaliação da efetividade das políticas de regulação da publicidade de alimentos infantis no Brasil”. Autores: A. C. S. Santos, M. C. S. N. Barreto, M. L. S. Monteiro. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, Volume 22, 2019. (In Portuguese)
- Artigo “The Global Epidemic of Childhood Obesity”. Authors: R. H. Whitaker, G. S. Ogden, L. H. Saydah, M. W. Lauer. *Journal of the American Medical Association*, Volume 301, Issue 2, 2009, Pages 200-209. (In English)
- Artigo “Childhood Obesity and Public Health: A Global Perspective”. Authors: B. M. Popkin, S. L. Adair, S. Ng. *Obesity Reviews*, Volume 13, Issue 11, November 2012, Pages 1014-1021. (In English)
- Artigo “Obesidade infantil no Brasil: tendências e desafios”. Autores: M. H. D. Levy, L. S. Monteiro, B. M. Popkin. *Revista Brasileira de Saúde Pública*, Volume 45, 2011. (In Portuguese)

Outras Referências:

- Organização Mundial da Saúde (OMS). “Marketing de alimentos para crianças”. (<URL inválido removido>) (In Portuguese)
- Aliança pela Alimentação Saudável. “Publicidade de alimentos”. (<<https://alimentandopoliticas.org.br/pautas/publicidade-de-alimentos/>>) (In Portuguese)
- Este texto é um resumo informativo sobre o tema da publicidade em meios digitais de alimentos infantis.

A REGULAÇÃO INTERNACIONAL DO TABACO

2003

Convenção Quadro para o Controle de Tabaco – CQCT

A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT/OMS), aprovada em 2003 é o primeiro tratado internacional de saúde pública da história da Organização Mundial da Saúde (OMS), com efeito vinculante aos 192 países membros da Assembleia Mundial da Saúde, que a ratificaram.

Os países membros participam das Conferências das Partes (COP), órgão executivo da Convenção, para tomar decisões para a efetiva implementação e monitoramento da Convenção - <https://fctc.who.int>

2010

OMS WHA63.17 – Malformação congênita

ECOSOC 2010/8 – Tabaco e a saúde materno-infantil

O Observatório levantou outras recomendações relacionadas ao tema. Os resultados detalhados encontram-se no site do Nethis.

2017

ECOSOC 2017/7 – Indicadores dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável



*Organização Mundial da Saúde (OMS), Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU), Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), Organização das Nações Unidas (ONU) e o Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (Ecosoc).

ESTRATÉGIA GLOBAL CONTRA USO NOCIVO DO ÁLCOOL - OMS

André Freire*
Roberta de Freitas Campos**

Recomendação analisada:

Mobilizar comunidades para prevenir a venda e consumo de álcool para menores de idade, além de desenvolver ambientes livres de álcool, especialmente para adolescentes e outros grupos de risco.

Achados:

Costa Rica

Lei 9047/2012 - Ley de Regulación y Comercialización de bebidas con contenido alcohólico

Artigo 9 - Proibições

a) No se podrá otorgar ni autorizar el uso de licencias clases A y B a negocios que se encuentren en zonas demarcadas como de uso residencial o conforme a lo que establece el plan regulador o la norma por la que se rige; tampoco a negocios que se encuentren a una distancia mínima de cuatrocientos metros de centros educativos públicos o privados, --- , instalaciones donde se realicen actividades religiosas que cuenten con el permiso correspondiente de funcionamiento, centros de atención para adultos mayores, hospitales, clínicas y Ebais.

Licença A – permissão para venda em distribuidoras de bebidas

Licença B – permissão para comercialização em bares e casas noturnas

b) No se podrá otorgar ni autorizar el uso de licencias clases C a negocios que se encuentren en zonas demarcadas como de uso residencial o conforme a lo que establece el plan regulador o la norma por la que se rige, tampoco a negocios que se encuentren a una distancia mínima de cien metros de centros educativos públicos o privados, centros infantiles de nutrición, instalaciones donde se realicen actividades religiosas que cuenten con el permiso de funcionamiento correspondiente, centros de atención para adultos mayores, hospitales, clínicas y Ebais.

Licença C – autoriza venda em restaurantes

d) En los establecimientos que comercialicen bebidas con contenido alcohólico estará prohibido que laboren menores de edad.

e) En los establecimientos que funcionen con licencia clase B y E4 estará prohibido el ingreso y la permanencia de menores de edad.

Licença B – autoriza venda de bebida em bares e boates

Licença E4 – permissão de venda em casas noturnas de interesse turístico

g) Se prohíbe la comercialización o el otorgamiento gratuito de bebidas con contenido alcohólico a menores de edad, a personas con limitaciones cognitivas y volitivas, a personas en evidente estado de

ebriedad y a personas que estén perturbando el orden público.

h) Se prohíbe la comercialización de bebidas con contenido alcohólico dentro de escuelas o colegios, instalaciones donde se realicen actividades religiosas que cuenten con el permiso correspondiente de funcionamiento y centros infantiles de nutrición.

Artigo 13 – Idade mínima para consumo

La edad mínima para el consumo de bebidas con contenido alcohólico será de dieciocho años cumplidos.

Los expendedores de bebidas con contenido alcohólico deberán solicitar la cédula de identificación u otro documento público oficial cuando tengan dudas con respecto a la edad de la persona, a fin de cumplir con la prohibición del expendio, a título oneroso o el otorgamiento gratuito, de bebidas con contenido alcohólico a personas menores de edad.

Artigo 22 - Sanções relativas às proibições de vendas

Quien expendia o facilite, a título oneroso o gratuito, bebidas con contenido alcohólico a menores de edad o a personas con evidentes limitaciones cognoscitivas y volitivas, recibirá sanción de seis meses a tres años de prisión y se ordenará el cierre del establecimiento.

Artigo 28 - Reforma do Código Penal

Artículo 188, CP. – Expendio o procuración de bebidas alcohólicas y tabaco a menores o incapaces.

Se impondrá una pena de seis meses a tres años de prisión al dueño o encargado de un establecimiento comercial que sirva o expendia bebidas alcohólicas o tabaco a menores o incapaces.”

Peru

Ley 28681, Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas
DECRETO SUPREMO N° 012-2009-SA

Artículo 14 - Proibição para menores de idade

Se prohíbe la venta, distribución, expendio y suministro de bebidas alcohólicas, a título oneroso o gratuito, a menores de 18 años de edad, en cualquier modalidad de venta o expendio y en cualquier tipo de establecimiento o actividad, aún cuando el local donde se realice tenga autorización municipal para su giro o modalidad. La infracción a esta disposición será motivo de la sanción más severa que dispone el presente

Artículo 16 – Proibição de distribuição de material publicitário

Se prohíbe la distribución de cualquier tipo de material publicitario de bebidas alcohólicas a menores de edad

Artículo 17 - Responsabilidad del Control del Expendio

El responsable o representante de la instalación de la máquina automática de bebidas alcohólicas, será responsable del control del expendio, no permitiendo el acceso a menores de edad.

Artículo 22 - Classificação de infrações

Las infracciones contenidas en el presente reglamento se clasifican en:

Infracciones muy graves

- a) Comercializar o facilitar el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad.
- e) Comercializar bebidas alcohólicas al interior de instituciones o centros educativos sin contar la debida autorización del órgano competente, de forma eventual y transitoria.
- f) Vender, distribuir, suministrar y/o consumir bebidas alcohólicas a título oneroso o gratuito en espectáculos o actividades destinadas a menores de edad.
- g) Utilizar en la publicidad elementos que induzcan al consumo de bebidas alcohólicas a los menores de edad.

Infracciones graves

- j) Permitir el ingreso a menores de edad en lugares exclusivos a mayores de edad que tengan como giro comercial principal la venta de bebidas alcohólicas.
- k) Funcionar o instalar locales en los que se comercialice exclusivamente bebidas alcohólicas a menos de cien metros de centros y/o instituciones educativas, locales.

Infracciones leves

- m) No colocar en un lugar visible del local o establecimiento, carteles con las siguientes inscripciones: “PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS”; “SI HAS INGERIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO MANEJES”.

Artículo 27 – Critérios de atuação para programas preventivos

El Ministerio de Salud a través de sus órganos competentes realizará coordinaciones con las instituciones correspondientes entre ellas La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas - DEVIDA para que, brinden la” asistencia técnica, monitoreo y evaluación de los programas preventivos que se formulen bajo los, siguientes criterios de actuación:

1. Multisectorialidad y participación: Se promoverá la participación articulada y activa de las instituciones y comunidad en general para la planificación y ejecución de intervenciones preventivas.
2. Orientación programática: Las intervenciones preventivas deberán estar estructuradas en programas que incorporen una perspectiva educativa orientada a la modificación de actitudes y hábitos, promoviendo para el efecto comportamientos responsables a fin de que no se permita el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad y el consumo excesivo de bebidas alcohólicas en la población en general. Dichos programas deberán ser sistemáticos y susceptibles de ser evaluados.
3. Flexibilidad y especificidad: Los programas serán diseñados considerando las diferentes realidades y necesidades. Se priorizará el trabajo en la población infantil y adolescente y el desarrollo de acciones en los ámbitos educativo, familiar, sanitario y comunitario.
4. Sostenibilidad: Los programas preventivos-deberán ser permanentes en el tiempo, contando con la normatividad y recursos presupuestales pertinentes, y articulados a la planificación regional y local.

Artículo 28 - Desenvolvimento dos critérios para campanha de prevenção

Al desarrollarse los criterios antes mencionados, se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Se deberán articular medidas preventivas destinadas a evitar el consumo de bebidas alcohólicas en los menores de edad.
- Las actuaciones preventivas en el ámbito educativo y sanitario deberán ser coordinadas por los gobiernos regionales a través de las direcciones regionales correspondientes. El ámbito comunitario y familiar será responsabilidad de los gobiernos locales. Estas acciones a su vez deberán estar articuladas a las políticas nacionales asociadas a la temática.

México

Ley General de Salud
(Última reforma publicada DOF 19-02-2021)

Artículo 185.- La Secretaría de Salud, los gobiernos de las entidades federativas y el Consejo de Salubridad General, en el ámbito de sus respectivas competencias, se coordinarán para la ejecución del programa para la prevención, reducción y tratamiento del uso nocivo del alcohol, la atención del alcoholismo y la prevención de enfermedades derivadas del mismo que comprenderá, entre otras, las siguientes acciones:

II. La educación sobre los efectos del alcohol en la salud y en las relaciones sociales, dirigida especialmente a menores de edad y grupos vulnerables, a través de métodos individuales, sociales o de comunicación masiva;

III. El fomento de actividades cívicas, deportivas y culturales que coadyuven en la lucha contra el alcoholismo, especialmente en zonas rurales y en los grupos de población considerados de alto riesgo;

V. El fomento de la protección de la salud considerando la educación, promoción de actitudes, factores de protección, habilidades y conductas que favorezcan estilos de vida activa y saludable en los individuos, la familia, la escuela, el trabajo y la comunidad.

Artículo 185 Bis.- Para efectos de esta Ley, se entenderá por uso nocivo del alcohol:

I. El consumo de bebidas alcohólicas en cualquier cantidad por menores de edad;

Artículo 185 Bis 1.- Las acciones que se desarrollen en la ejecución del programa para la prevención, reducción y tratamiento del uso nocivo del alcohol, la atención del alcoholismo y la prevención de enfermedades derivadas del mismo tendrán las siguientes finalidades:

II. Promover medidas para evitar el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad o por personas incapaces, en términos del Código Civil Federal;

Artículo 185 Bis 2.- Para la ejecución del Programa para la prevención, reducción y tratamiento del uso nocivo del alcohol, la atención del alcoholismo y la prevención de enfermedades derivadas del mismo, la Secretaría de Salud promoverá que en los establecimientos públicos, privados y sociales del Sistema Nacional de Salud, en los que se presten servicios de prevención y atención contra el uso nocivo del alcohol, se realicen las siguientes acciones:

IV. La educación que promueva el conocimiento sobre los efectos del uso nocivo del alcohol en la

salud y en las relaciones sociales, dirigida a la población en general, especialmente a la familia, niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres embarazadas, comunidades indígenas y otros grupos vulnerables;

Artículo 187 Bis. Son facultades de la Secretaría de Salud en el marco de la protección de la salud de terceros y de la sociedad frente al uso nocivo del alcohol:

II. Promover la participación de la sociedad civil en la ejecución del programa para la prevención, reducción y tratamiento del uso nocivo del alcohol, la atención del alcoholismo y la prevención de enfermedades derivadas del mismo, con base en las disposiciones que para tales efectos establezca la Secretaría de Salud;

Artículo 220.- En ningún caso y de ninguna forma se podrán expender o suministrar bebidas alcohólicas a menores de edad.

La violación a esta disposición será equiparable con el delito de Corrupción de Personas Menores de Dieciocho Años de Edad o de Personas que no tienen Capacidad para comprender el Significado del Hecho o de Personas que no tienen Capacidad para Resistirlo

Artículo 308. La publicidad de bebidas alcohólicas deberá ajustarse a los siguientes requisitos:

No podrá incluir, en imágenes o sonidos, la participación de niños o adolescentes ni dirigirse a ellos

Argentina

Ley Nacional de Lucha contra el Alcoholismo 24.788.

Artículo 1 - Queda prohibido en todo el territorio nacional, el expendio de todo tipo de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años de edad.

Artículo 4 - La prohibición regirá cualquiera sea la naturaleza de las bocas de expendio, ya sea que se dediquen en forma total o parcial a la comercialización de bebidas.

Artículo 5 - Las bebidas alcohólicas que se comercialicen en el país, deberán llevar en sus envases, con caracteres destacables y en un lugar visible, la graduación alcohólica correspondiente a su contenido. También se consignarán las siguientes leyendas: “Beber con moderación”. “Prohibida su venta a menores de 18 años”.

Artículo 6 - Queda prohibida toda publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas, que:

- a) Sea dirigida a menores de dieciocho (18) años;
- b) Utilicen en ella a menores de dieciocho (18) años bebiendo;

En cuanto al análisis a nivel provincial, la regulación de la Disponibilidad de alcohol a menores de edad es la que mayormente se ha regulado en todas las jurisdicciones del país, principalmente por medidas que incluyen la prohibición de venta y expendio a menores de edad, restricción horaria y registro para la comercialización, evidenciándose en la mayoría una escasa fiscalización de su cumplimiento.

Argentina – leis que contemplam o problema do uso nocivo do álcool

Ley Nacional de Lucha contra el Alcoholismo 24.788/1997 (regulamentada em 2009 pelos decretos 149 e 688);

Ley Nacional de Salud Mental y Adicciones 26.657;

Ley Nacional de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes N° 26.061;

Ley de Creación del Programa Nacional de Educación y Prevención de Adicciones y Elecciones Consumo Indebido de Drogas 26.586 ;

Ley de Derechos de los Pacientes en su Relación de Profesionales e Instituciones de Salud 26.529.

Os pontos comuns entre as legislações dos diferentes países em relação à regulamentação da venda e publicidade de bebidas alcoólicas para menores de idade incluem:

1. **Proibição de Venda a Menores:** Todos os países analisados apresentam uma proibição clara e abrangente da venda de bebidas alcoólicas a menores de 18 anos, garantindo que essa restrição se aplique a todos os tipos de estabelecimentos e modalidades de venda.
2. **Sanções para Infratores:** As legislações preveem sanções para os estabelecimentos que violem as regras de venda a menores, incluindo penas de prisão e fechamento de estabelecimentos que comercializem bebidas alcoólicas ou tabaco a esse público.
3. **Exigência de Verificação de Idade:** Há uma ênfase na necessidade de que os vendedores verifiquem a idade dos compradores, assegurando que não sejam vendidos produtos a indivíduos que não tenham idade suficiente.
4. **Proibição de Publicidade Direcionada a Menores:** A maioria das leis proíbe explicitamente a publicidade de bebidas alcoólicas dirigida a menores, incluindo restrições sobre o uso de figuras infantis ou associar a marca a um estilo de vida saudável.
5. **Esforços de Educação e Prevenção:** As legislações incluem disposições para promover campanhas de educação sobre os efeitos nocivos do álcool, dirigidas especialmente a crianças e adolescentes, buscando criar conscientização sobre os riscos associados ao consumo de bebidas alcoólicas.
6. **Responsabilidade da Sociedade Civil:** Existe uma chamada para a participação da sociedade civil e autoridades locais na implementação e fiscalização das políticas, com o objetivo de garantir que as regulamentações sejam adequadamente executadas.
7. **Medidas Preventivas:** As legislações enfatizam a implementação de medidas preventivas e a coordenação de ações no âmbito educativo e doméstico, visando reduzir o consumo de álcool entre menores.

Esses elementos comuns destacam a preocupação dos países em proteger a saúde de crianças e adolescentes frente ao consumo de álcool, além de buscar responsabilizar tanto os fornecedores quanto a sociedade como um todo na fiscalização e promoção de hábitos saudáveis.

* André Freire é jornalista no Nethis/Fiocruz Brasília.

**Roberta de Freitas é Coordenadora de Ensino e Pesquisa do Nethis/Fiocruz, Professora da EGF Brasília e colaboradora do Programa de Doutorado em Saúde Global e Sustentabilidade da FSP/USP.



Apoio:

