



## Agência Nacional de Vigilância Sanitária

www.anvisa.gov.br

### Consulta Pública nº 83, de 16 de novembro de 2005.

D.O.U de 17/11/2005.

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, no uso das atribuições que lhe confere o art. 11, inciso IV, do Regulamento da ANVISA aprovado pelo Decreto nº 3.029, de 16 de abril de 1999, c/c o art. 111, inciso I, alínea "e" do Regimento Interno aprovado pela Portaria nº 593, de 25 de agosto de 2000, publicada em 28 de agosto de 2000 e republicada em 22 de dezembro de 2000, em reunião realizada em 7 de novembro de 2005.

adota a seguinte Consulta Pública e eu, Diretor-Presidente Substituto, determino a sua publicação:

Art. 1º Fica aberto, a contar da data de publicação desta Consulta Pública, o prazo de 60 (sessenta) dias para que sejam apresentadas críticas e sugestões relativas à proposta de Regulamento Técnico sobre propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus *Gay Lussac*, em anexo.

Art. 2º Informar que a proposta Regulamento Técnico estará disponível, na íntegra, durante o período de consulta no sítio <http://www.anvisa.gov.br/divulga/consulta/index.htm> e que as sugestões deverão ser encaminhadas por escrito para o seguinte endereço: Agência Nacional de Vigilância Sanitária - SEPN 515, Bloco "B" Ed. Omega, 3º andar, sala 02, Asa Norte, Brasília-DF, CEP 70.770.502, ou Fax: (61) 3448-1216 ou E-mail: [gprop@anvisa.gov.br](mailto:gprop@anvisa.gov.br) com a designação do assunto "consulta pública/ propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus *Gay Lussac*".

Art. 3º Findo o prazo estipulado no artigo 1º a Agência Nacional de Vigilância Sanitária articular-se-á com os órgãos e entidades envolvidos e aqueles que tenham manifestado interesse na matéria, para que indiquem representantes nas discussões posteriores, visando a consolidação do texto final.

**FRANKLIN RUBINSTEIN**

ANEXO

REGULAMENTO TÉCNICO

### Resolução da Diretoria Colegiada - RDC nº

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, no uso das competências e atribuições previstas nos arts. 7º, inciso XXVI, e 15, inciso III, da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, nos arts. 3º, inciso XXIV, e 11, inciso IV, do Regulamento da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, aprovado pelo Decreto nº 3.029, de 16 de abril de 1999, e nos arts. 2º, inciso XXIV, e 8º, inciso IV, do Regimento Interno da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, aprovado pela Portaria do Diretor-Presidente da Agência Nacional de Vigilância Sanitária nº 593, de 25 de agosto de 2000, em reunião realizada em \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_,

considerando as recomendações da Câmara Especial de Políticas Públicas sobre o Álcool do Conselho Nacional Antidrogas - CONAD, criada a partir das conclusões do Grupo de Trabalho Interministerial para a Política Nacional, Integral e Intersectorial de redução dos danos à saúde e ao bem-estar causados pelas bebidas alcoólicas, instituído pelo Decreto de 28 de maio de 2003, que enfatiza a necessidade de controlar e regulamentar a propaganda de bebidas alcoólicas de modo a proteger segmentos populacionais vulneráveis ao estímulo para o consumo de álcool, assim como evitar associações indevidas entre o efeito decorrente do seu consumo e estereótipos de sucesso e integração social que não correspondem à realidade destes usuários;

considerando o disposto nos arts. 200, inciso VI, e 220, § 4º, da Constituição Federal;

considerando o disposto no art. 10, incisos V e XXIX, da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977;

considerando o disposto nos arts. 7º, 11, 79 e 81, inciso II, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 – Estatuto da Criança e do Adolescente;

considerando o disposto no art. 6.º, incs. I, III, IV, art. 9º, e no art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor;

considerando o disposto no art. 6º, inciso VIII, Lei nº. 8.080, de 19 de setembro de 1990;

considerando o disposto no art. 3º da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, e no art. 10, § 2º, do Decreto nº 2.314, de 04 de setembro de 1997, com nova redação dada pelo Decreto nº 3.510, de 16 de junho de 2000;

considerando o disposto nos arts. 1º, 3º, § 2º, 4º, 5º, 6º e 9º, § 4º, inciso I, da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e nos arts. 1º, 8º, 9º, 24 e 28 do Decreto nº 2.018, de 1º de outubro de 1996;

considerando o disposto no art. 8º, § 1º, inciso II, e § 4º, da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999, e no art. 4º, § 1º, inciso II, e § 4º, do Decreto nº 3.029, de 16 de abril de 1999;

considerando o relatório da Organização Mundial de Saúde - OMS, Global Status Report on Alcohol - 2004, que aponta tendência de aumento do consumo de álcool no Brasil nos últimos 30 anos;

considerando as conclusões do relatório da OMS intitulado “neurociências: consumo e dependências de substâncias psicoativas”, que apontam o álcool como importantíssima causa de mortalidade e incapacidade conforme veiculado na Portaria Ministerial nº. 2.197, de 14 de outubro de 2004, baixada pelo Ministro de Estado da Saúde tendo em vista as determinações da Lei nº. 10.216 de 6 de abril de 2005, que dispõe sobre a proteção e os direitos das pessoas portadoras de transtornos mentais e redireciona o modelo assistencial em saúde mental;

considerando as pesquisas epidemiológicas nacionais realizadas pela Secretaria Nacional Antidrogas - SENAD, por meio do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas (CEBRID) da Universidade Federal de São Paulo, que apontam o álcool como a droga mais consumida no Brasil e que apresenta o maior índice de dependência na população (11,2%);

considerando que, o teor do art. 2º da Portaria Ministerial nº. 1.059, de 4 de julho de 2005, entende-se por ações de redução de danos as intervenções de saúde pública que visam prevenir as conseqüências negativas do uso de álcool e outras drogas;

considerando que a Política Nacional sobre Drogas, aprovada pelo CONAD em 23 de maio de 2005, reconhece a estratégia de Redução de Danos como medida de intervenção preventiva, assistencial, de promoção da saúde e dos direitos humanos;

considerando que constitui direito básico do consumidor a informação adequada, clara e ostensiva sobre o produto, no caso a bebida alcoólica, não importa o seu teor, sobre os riscos que apresenta; e

considerando que a saúde é um direito de todos e dever do Estado garantido mediante políticas públicas.

adotou a seguinte Resolução da Diretoria Colegiada e eu, Diretor-Presidente, determino a sua publicação:

Art. 1º A propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac estará sujeita às seguintes restrições:

I - somente poderá ser efetuada nas emissoras de rádio e de televisão entre as vinte uma e às seis horas.

II - não poderá associar o produto a esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, a celebrações cívicas ou religiosas, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade;

III - não poderá atribuir aos produtos propriedades terapêuticas e medicamentosas, sugerindo que eles poderiam contribuir para a melhoria da saúde e do bem-estar em geral;

IV - não poderá empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo. Tais como: “Beba!”, “Experimente!”, “Compre!”, “Tome!”.

V - não poderá usar de linguagem direta ou indireta relacionando o consumo de bebida alcoólica com a satisfação de necessidades fisiológicas, tais como sede e fome, bem como à gastronomia e excessos etílicos.

Art. 2º A propaganda comercial de todas as bebidas que contenham álcool na sua composição, independentemente do respectivo teor alcoólico, incluindo as cervejas, vinhos e todas as classificadas na categoria dos “ices”, “coolers”, “álcool pop”, “ready to drink”, “malternatives”, assim como outras assemelhadas, estará sujeita às seguintes restrições:

I - não poderá incluir a participação de crianças e adolescentes e nem utilizar figuras, linguagem, recursos gráficos e audiovisuais pertencentes ao universo infantil, tais como animais “humanizados”, bonecos ou animação que possam despertar a curiosidade ou atenção de menores e contribuir para a adoção de valores morais ou hábitos incompatíveis com sua condição;

II – não poderá sugerir ou estimular o consumo com cena, ilustração, áudio ou vídeo, que apresente a ingestão do produto ou de qualquer outra forma induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde e segurança, nem associar o efeito decorrente do consumo a estereótipos de sucesso e integração social que não correspondem à realidade dos usuários;

III - nos cartazes, pôsteres e painéis exibidos nos pontos de venda, deverá ser inscrita, de forma legível, em cores contrastantes com o fundo da mensagem, a seguinte frase: “VENDA PROIBIDA PARA MENORES DE 18 ANOS”, de acordo com as proporções estabelecidas no § 5º do art. 2º.

Parágrafo único. O planejamento de mídia levará em consideração que o anúncio se destina ao público adulto, maior de idade, refletindo as restrições técnicas e eticamente recomendáveis, inclusive quanto ao horário, devendo ser inserido em programação, publicação ou Web site (Hot site, Pop, banners digitais) e congêneres.

Art. 3º A propaganda comercial de bebidas alcoólicas, inclusive as de que trata o artigo 2º desta Resolução, deverá apresentar, nos meios de comunicação e em função de suas características, as seguintes advertências, que deverão ser veiculadas de forma alternada:

I - “O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE: O ÁLCOOL É CAUSA INÚMERAS DOENÇAS, COMO CÂNCER DE FÍGADO E LESÕES CEREBRAIS.”;

II. “O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE: O ÁLCOOL CAUSA DEPENDÊNCIA FÍSICA E PSÍQUICA.”;

III - “O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE: A INGESTÃO DE ÁLCOOL DURANTE A GRAVIDEZ É CAUSA DE RETARDO NO DESENVOLVIMENTO MENTAL DO BEBÊ”.

IV - “O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE: ACIDENTES DE TRÂNSITO APÓS O CONSUMO DE ÁLCOOL SÃO UMA DAS MAIORES CAUSAS DE MORTE EM TODO O MUNDO. SE BEBER, NÃO DIRIJA.”;

V - “O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE: CERCA DE 70% DOS ACIDENTES DE TRÂNSITO FATAIS SÃO CAUSADOS PELO CONSUMO DE ÁLCOOL. SE BEBER, NÃO DIRIJA.”.

VI – O CONSUMO DE BEBIDAS PODE CAUSAR DEPENDÊNCIA, SENDO PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 (DEZOITO) ANOS.

§ 1º No rádio, a advertência deverá ser veiculada imediatamente após o término da mensagem publicitária e terá locução diferenciada, cadenciada, pausada e perfeitamente audível.

§ 2º Na televisão, inclusive por assinatura, e no cinema, a advertência deverá ser veiculada da seguinte forma:

I. A advertência, deverá ser exibida em cartela única, com fundo preto em letras brancas, de forma a permitir a perfeita legibilidade e visibilidade, permanecendo imóvel no vídeo, com locução diferenciada, cadenciada e perfeitamente audível;

II. A cartela obedecerá ao gabarito RTV de filmagem no tamanho padrão de 36,5cmx27cm (trinta e seis e meio centímetros por vinte e sete centímetros);

III. As letras apostas na cartela serão de família tipográfica Humanist 777 Bold ou Frutiger 55 Bold corpo 38, caixa alta.

§ 3º Nos jornais e revistas a advertência deve ser inserida em retângulo de fundo branco, emoldurada por filete interno, em letras de cor preta, padrão Humanist 777 Bold ou Frutiger 55 Bold caixa alta, nas seguintes dimensões:

Jornal Tamanho Padrão

Anúncio	Advertência
1 Página	Corpo 14

1/2 Página	Corpo 10
1/4 Página	Corpo 8

#### Jornal Tamanho Tablóide

Anúncio	Advertência
1 Página	Corpo 12
1/2 Página	Corpo 8
1/4 Página	Corpo 8

#### Revistas

Anúncio	Advertência
Página Dupla/Página Simples	Corpo 10
1/2 Página	Corpo 8
1/4 Página	Corpo 7

§4º Nos demais impressos, tais como folderes, panfletos, filipetas e *displays* entre outros, a mensagem deve ser inserida em retângulo de fundo branco, emoldurada por filete internos em letras de cor preta, padrão Humanist 777 Bold ou Frutiger 55 Bold caixa alta, seguindo a mesma proporção estabelecida para as revistas e respeitando o limite mínimo de letra corpo 7.

§5º - Na mídia exterior e congêneres, quaisquer que sejam os suportes utilizados para o anúncio, a advertência deve ser inserida em retângulo de fundo branco, emoldurada por filete interno, em letras de cor preta, padrão Humanist 777 Bold ou Frutiger 55 Bold caixa alta, nas seguintes dimensões;

Anúncio	Advertência
0 a 250 cm <sup>2</sup>	Corpo 16
251 a 500 cm <sup>2</sup>	Corpo 18
501 a 1000 cm <sup>2</sup>	Corpo 20
1000 a 1500 cm <sup>2</sup>	Corpo 24
1501 a 2000 cm <sup>2</sup>	Corpo 26
2001 a 3000 cm <sup>2</sup>	Corpo 30
3001 a 4000 cm <sup>2</sup>	Corpo 36
4001 a 5000 cm <sup>2</sup>	Corpo 40

§6º - Na internet, nas mensagens publicitárias veiculadas, a advertência deve ser exibida permanentemente e de forma visível, sendo inserida em retângulo de fundo branco, emoldurada por filete interno, em letras de cor preta, padrão Humanist 777 Bold ou Frutiger 55 Bold, caixa alta, respeitando a proporção de dois décimos do total do espaço da propaganda.

§7º - Qualquer tamanho não especificado para as propagandas deve ser proporcionalizado tomando-se por base a definição de 1/4 (um quarto) de página para jornais, revistas e demais impressos e de 0 a 250 cm<sup>2</sup> (zero a duzentos e cinquenta centímetros quadrados) para mídia exterior e congêneres.

Art. 4º Reportagens e matérias jornalísticas divulgadas em quaisquer meios de comunicação sobre todas as bebidas que contenham álcool na sua composição, independentemente do respectivo teor alcoólico, estarão sujeitas às mesmas restrições referidas nos arts. 1º e 2º, e deverão conter mensagens de advertência conforme definidas no art.3º.

Art. 5º A inobservância das normas estabelecidas nesta Resolução configura infração sanitária nos termos da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, e da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

Art. 6º Esta Resolução entrará em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data da sua publicação.

DIRCEU RAPOSO DE MELLO