vinetur

Regulador australiano dos meios de comunicação insta canais a acabar com exceção para publicidade ao álcool durante transmissões desportivas

A entidade afirma que os eventos desportivos diurnos aos fins de semana expõem as crianças a publicidade proibida na televisão em sinal aberto

sexta-feira, 13 de novembro de 2026



Na quinta-feira, 12 de novembro, o regulador australiano dos meios de comunicação social instou a indústria de televisão em sinal aberto do país a reforçar as regras relativas à publicidade ao álcool, incluindo o fim de uma exceção que permite a transmissão desses anúncios durante eventos desportivos em períodos nos quais seriam normalmente proibidos.

A Australian Communications and Media Authority afirmou ter concluído uma revisão iniciada em março para avaliar se as regras em vigor protegem adequadamente o público, em especial as crianças, da publicidade ao álcool na televisão. O regulador afirmou também que o governo australiano deveria ponderar uma revisão mais abrangente das regras de publicidade ao álcool em todos os meios de comunicação, argumentando que o sistema atual apresenta lacunas e inconsistências entre a televisão, os serviços online e outras formas de promoção.

Nas suas conclusões, a ACMA afirmou que a preocupação da comunidade com a publicidade ao álcool era inferior à preocupação com a publicidade ao jogo, mas continuava a ser consistentemente elevada, sobretudo no que diz respeito à exposição das crianças. A revisão refere que existe uma relação estabelecida entre a publicidade

ao álcool, um maior consumo e o consumo de risco, que pode agravar os danos relacionados com o álcool.

Ao mesmo tempo, o regulador afirmou que os contributos recebidos durante a revisão revelaram divergências quanto ao grau em que a publicidade na televisão comercial contribui para danos sociais mais amplos. A ACMA observou também que a publicidade ao álcool na televisão representa uma fonte de receitas relativamente pequena, mas importante, para os canais, e faz parte do modelo de negócio das indústrias do álcool e do desporto.

A presidente da ACMA, Nerida O'Loughlin, afirmou que o regulador concluíra que as alterações deveriam ser específicas e proporcionais, mas que eram necessárias. A recomendação mais imediata foi dirigida à Free TV Australia, a entidade do setor responsável pelo código da televisão comercial no âmbito do sistema de corregulação do país.

A ACMA afirmou que a Free TV Australia deveria eliminar as atuais exceções que permitem a publicidade ao álcool durante transmissões desportivas em períodos nos quais esses anúncios seriam proibidos ao abrigo das regras de classificação. O regulador afirmou que os eventos desportivos diurnos aos fins de semana atraem grandes audiências, incluindo muitas crianças, que são expostas à publicidade ao álcool devido a essas exceções.

O'Loughlin afirmou que a exceção aplicável ao desporto é única na Austrália e não corresponde ao tratamento dado a outras categorias de publicidade sujeitas a restrições, incluindo a publicidade ao jogo. O regulador afirmou que, ponderados os vários fatores, a eliminação da exceção permitiria alinhar melhor as regras televisivas com as expectativas da comunidade em matéria de proteção das crianças.

A ACMA pediu também à Free TV Australia que aplicasse voluntariamente o mesmo código aos programas televisivos disponibilizados através dos serviços online dos canais. Segundo o regulador, os espectadores esperam as mesmas salvaguardas quer vejam um programa através de um sinal de televisão tradicional, quer o vejam em streaming online através de um canal.

Esta recomendação poderá ter implicações muito para além da televisão tradicional. Se for adotada, poderá limitar algumas oportunidades de publicidade para marcas de cerveja, vinho e bebidas espirituosas associadas à cobertura desportiva e aumentar a pressão para mudanças mais abrangentes na forma como estes produtos são promovidos através das plataformas digitais dos canais. Uma revisão governamental mais ampla, caso avance, poderá também voltar a sujeitar a um maior escrutínio a promoção do álcool na internet e noutros contextos que atualmente não estão abrangidos pelo código televisivo.

A ACMA afirmou que muitas das preocupações levantadas durante a revisão iam muito além da televisão em sinal aberto. Segundo o regulador, os participantes apontaram a publicidade ao álcool na internet, em recintos desportivos, nas camisolas das equipas e através de outros canais que não estão sob a autoridade direta da ACMA.

Por esse motivo, o regulador afirmou que o governo australiano deveria analisar de forma mais abrangente a regulamentação da publicidade ao álcool. A ACMA afirmou que essa revisão deveria examinar possíveis lacunas e inconsistências entre plataformas, em vez de abordar a televisão isoladamente.

Esta recomendação surge na sequência de um apelo recente do Comité Permanente da Saúde, Cuidados aos Idosos e Deficiência da Câmara dos Representantes para que o governo estabeleça um novo quadro obrigatório para a publicidade e o marketing de bebidas alcoólicas.

No sistema atual da Austrália, a ACMA não pode alterar diretamente o código da televisão comercial. A Free TV Australia é responsável pela sua elaboração e atualização, sujeita a registo pelo regulador. No entanto, a ACMA deu a entender que poderá intervir se a indústria não agir. O regulador afirmou que, se a Free TV Australia não apresentar uma versão revista do código que assegure salvaguardas adequadas para a comunidade, a ACMA poderá avançar com a definição de uma norma de programação.

A revisão recebeu 96 contributos através de um processo de consulta pública. A ACMA afirmou ter também consultado canais, organizações desportivas, defensores da saúde pública, representantes das indústrias do álcool e da publicidade, entidades

governamentais e reguladores estrangeiros.

O relatório do regulador reflete o equilíbrio entre as preocupações de saúde pública e os interesses comerciais. Embora tenha reconhecido que a publicidade ao álcool na televisão representa apenas uma pequena parcela da publicidade total, afirmou que a questão assume particular importância devido ao perfil das audiências das transmissões desportivas em direto e à visibilidade dessas emissões durante o dia.

Para os produtores e profissionais de marketing de bebidas alcoólicas, a revisão levanta a possibilidade de um contexto mais restritivo num dos espaços publicitários mais visíveis do setor. As transmissões desportivas têm oferecido há muito às marcas acesso a grandes audiências e uma forte associação a eventos de relevo. Se a exceção para o desporto for eliminada e os serviços online forem abrangidos pelo mesmo código, os anunciantes poderão ter de repensar parte dessa estratégia na Austrália.

A ACMA afirmou que o relatório completo com os resultados está disponível no seu sítio Web e agradeceu aos participantes na revisão os contributos enviados.