





I – não sugerir consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem estar ou saúde, ou fazer associação a celebração cívicas ou religiosas

II – não induzir as pessoa ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou tensão, ou qualquer efeito similar

III – não associar idéias ou imagens de maior êxito da sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoa fumante

IV – não associar o uso do produto à prática de esportes olímpico, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situação perigosas ou ilegais

V – não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo

VI – não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de criança ou adolescentes, nem a eles dirigir-se

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação “O Ministério da Saúde Adverte”.

I – fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral

II – fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar

III – fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê

IV quem fuma adoece mais de úlcera do estômago

V – evite fumar na presença de crianças

VI – fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revista que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no artigo 2º conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.



§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteira ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.

Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma horas e as seis horas.

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículo e imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos “Evite o Consumo Excessivo de Álcool”.

Art. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2º e 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas, em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou “slogan” do produto, sem recomendação do seu consumo .

§ 1º As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2º Nas condições do “caput”, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do artigo 3º desta Lei.

Art. 6º É vedada a utilização de trajés esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.



Art 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas diretas e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anóbinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados no órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileiro que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º Toda a propaganda de medicamentos conterà obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema único de Saúde.

Art. 9º Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades prevista na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:



- I – advertência
- II – suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias
- III – obrigatoriedade de veiculação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé
- IV – apreensão do produto
- V – multa de R\$ 1.410,00 (um mil, quatrocentos e dez reais) a R\$ 7.250,00 (sete mil, duzentos e cinqüenta reais), cobrado em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, reincidência, cumulativa, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária definitivamente vetada.

§ 3º Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Art. 10 O poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11 Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12 Revogam-se as disposições em contrário.

Fernando Henrique Cardoso – Presidente da República.

Nelson A. Jobim.

Arlindo Porto.

Adib Jatene.