



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Centro de Documentação e Informação

DECRETO Nº 2.018, DE 1º DE OUTUBRO DE 1996

Regulamenta a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996,

DECRETA:

Capítulo I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. O uso e a propaganda de produtos fumígenos não proibidos em lei, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas na Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, na Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, e na Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, nos seus respectivos Regulamentos, e neste Decreto.

Art. 2º. Para os efeitos deste Decreto são adotadas as seguintes definições:

I - RECINTO COLETIVO FECHADO - local público ou privado, acessível ao público em geral ou de uso coletivo, total ou parcialmente fechado em qualquer de seus lados por parede, divisória, teto, toldo ou telhado, de forma permanente ou provisória; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

II - RECINTOS DE TRABALHO COLETIVO: as áreas fechadas, em qualquer local de trabalho, destinadas a utilização simultânea por várias pessoas que nela exerçam, de forma permanente, suas atividades;

III - AERONAVES E VEÍCULOS DE TRANSPORTE COLETIVO: aeronaves e veículos como tal definidos na legislação pertinente, utilizados no transporte de passageiros, mesmo sob forma não remunerada.

IV - [\(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

V - LOCAL DE VENDA - área ou espaço fixo e fisicamente delimitado localizado no interior de estabelecimento comercial e destinado à exposição e à venda de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco; e [\(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

VI - EMBALAGEM DE PRODUTO FUMÍGENO, DERIVADO OU NÃO DO TABACO - invólucro, recipiente ou qualquer forma de acondicionamento destinado a acondicionar ou empacotar os produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, que sejam comercializados diretamente ao consumidor. [\(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

Art. 3º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, narguilé ou outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado. [\(“Caput” do artigo com redação dada pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

§ 1º A vedação prevista no *caput* estende-se a aeronaves e veículos de transporte coletivo. [\(Parágrafo único transformado em §1º e com redação dada pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

§ 2º Excluem-se da proibição definida no *caput*:

I - locais de cultos religiosos de cujos rituais o uso do produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, faça parte;

II - estabelecimentos destinados especificamente à comercialização de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, desde que essa condição esteja anunciada, de forma clara, na entrada, e desde que em local reservado para a experimentação de produtos dotados de condições de isolamento, ventilação ou exaustão do ar que impeçam a contaminação dos demais ambientes;

III - estúdios e locais de filmagem ou gravação de produções audiovisuais, quando necessário à produção da obra;

IV - locais destinados à pesquisa e ao desenvolvimento de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco; e

V - instituições de tratamento da saúde que tenham pacientes autorizados a fumar pelo médico que os assista. [\(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

§ 3º Nos locais indicados no § 2º deverão ser adotadas condições de isolamento, ventilação e exaustão do ar e medidas de proteção ao trabalhador em relação à exposição ao fumo, nos termos de normas complementares editadas pelos Ministérios da Saúde e do Trabalho e Emprego. [\(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

Art. 4º. [\(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\).](#)

Art. 5º [\(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

Art. 6º. A inobservância do disposto neste Decreto sujeita o usuário de produtos fumígenos à advertência e, em caso de recalcitrância, sua retirada do recinto por responsável pelo mesmo, sem prejuízo das sanções previstas na legislação local.

Capítulo II DA PROPAGANDA E EMBALAGEM DOS PRODUTOS DE TABACO

Art. 7º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, narguilé ou outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, observado o seguinte: *(“Caput” do artigo com redação dada pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

I - a exposição dos produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, nos locais de venda somente poderá ocorrer por meio do acondicionamento das embalagens dos produtos em mostruários ou expositores afixados na parte interna do local de venda; *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

II - o expositor ou mostruário conterà as seguintes advertências sanitárias:

a) advertência escrita sobre os malefícios do fumo, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa;

b) imagens ou figuras que ilustrem o sentido das mensagens de advertência referidas na alínea "a"; e

c) outras mensagens sanitárias e a proibição da venda a menor de dezoito anos; *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

III - as frases, imagens e mensagens sanitárias previstas no inciso II ocuparão vinte por cento da área de cada uma das faces dos mostruários ou expositores que estejam visíveis ao público; e *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

IV - o expositor ou mostruário conterà, ainda, a tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI vigente. *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

§ 1º *(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

§ 2º *(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

§ 3º *(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

§ 4º *(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

§ 5º *(Revogado pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação)*

Art. 7º-A As embalagens de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, conterão:

I - advertência escrita sobre os malefícios do fumo, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa;

II - imagens ou figuras que ilustrem o sentido das mensagens de advertência referidas no inciso I; e

III - outras mensagens sanitárias e a proibição da venda a menor de dezoito anos.

§ 1º As embalagens dos produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, não poderão conter palavras, símbolos, dispositivos sonoros, desenhos ou imagens que possam:

I - induzir diretamente o consumo;

II - sugerir o consumo exagerado ou irresponsável;

III - induzir o consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

IV - sugerir ou induzir bem-estar ou saúde;

V - criar falsa impressão de que uma marca seja menos prejudicial à saúde do que outra;

VI - atribuir aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou tensão ou produzam efeito similar;

VII - insinuar o aumento de virilidade masculina ou feminina ou associar ideia ou imagem de maior êxito na sexualidade das pessoas fumantes;

VIII - associar o uso do produto a atividades culturais ou esportivas ou a celebrações cívicas ou religiosas; e

IX - conduzir a conclusões errôneas quanto às características e à composição do produto e quanto aos riscos à saúde inerentes ao seu uso.

§ 2º Nas embalagens de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, as cláusulas de advertência e as imagens a que se referem os incisos do *caput* deste artigo serão sequencialmente usadas de forma simultânea ou rotativa e, nesta última hipótese, variarão no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em cem por cento da face posterior da embalagem e de uma de suas laterais.

§ 3º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência e imagens a que se referem os incisos do *caput* deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco, vendidas diretamente ao consumidor, também deverá ser impresso texto de advertência adicional ocupando trinta por cento da parte inferior de sua face frontal. [\(Artigo acrescido pelo Decreto nº 8.262, de 31/5/2014, publicado no DOU de 2/6/2014, em vigor 180 dias após sua publicação\)](#)

Capítulo III DA PROPAGANDA E ROTULAGEM DE BEBIDAS

Art. 8º. A propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão entre às vinte e uma e às 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 veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º As chamadas e caracterizações de patrocínio de produtos indicados no *caput* deste artigo, em estádios, veículos de competição e locais similares, bem como em eventos alheios a 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.

Art. 9º. Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas de que trata o artigo anterior deverão conter, de forma legível e ostensiva, além dos dizeres obrigatórios previstos pelas Leis nºs 7.678, de 8 de novembro de 1988, e 8.918, de 14 de julho de 1994 e seus regulamentos, a expressão: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Capítulo IV DA PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS E TERAPIAS

Art. 10. A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

Art. 11. A propaganda dos medicamentos, drogas ou de qualquer outro produto submetido ao regime da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, cuja venda dependa de prescrição por médico ou cirurgião-dentista, somente poderá ser feita junto a esses profissionais, através de publicações específicas.

Art. 12. Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social, desde que autorizados por aquele Ministério, observadas as seguintes condições:

I - registro do produto, quando este for obrigatório, no órgão de vigilância sanitária competente;

II - que o texto, figura, imagem, ou projeções não ensejem interpretação falsa, erro ou confusão quanto à composição do produto, suas finalidades, modo de usar ou procedência, ou apregoem propriedades terapêuticas não comprovadas por ocasião do registro a que se refere o item anterior;

III - que sejam declaradas obrigatoriamente as contra-indicações, indicações, cuidados e advertências sobre o uso do produto;

IV - enquadre-se nas demais exigências genéricas que venham a ser fixadas pelo Ministério da Saúde;

V - contenha as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 1º A dispensa da exigência de autorização prévia nos termos deste artigo não exclui a fiscalização por parte do órgão de vigilância sanitária competente do Ministério da Saúde, dos Estados e do Distrito Federal.

§ 2º No caso de infração, constatada a inobservância do disposto nos itens I, II e III deste artigo, independentemente da penalidade aplicável, a empresa ficará sujeita ao regime de prévia autorização previsto no artigo 58 da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, em relação aos textos de futuras propagandas.

§ 3º O disposto neste artigo aplica-se a todos os meios de divulgação, comunicação, ou publicidade, tais como, cartazes, anúncios luminosos ou não, placas, referências em gravações radiofônicas, filmes de televisão ou cinema e outras modalidades.

Art. 13. A propaganda dos medicamentos referidos neste Capítulo 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.

Art. 14. Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no art. 12 deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação da Lei nº 9.294, de 1996, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

Art. 15. Toda a propaganda de medicamentos conterá, obrigatoriamente, advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art. 16. Na propaganda ao público dos produtos dietéticos, é proibida a inclusão ou menção de indicações ou expressões, mesmo subjetivas, de qualquer ação terapêutica ou tratamento de distúrbios metabólicos, sujeitando-se os infratores às penalidades cabíveis.

Capítulo V

DA PROPAGANDA COMERCIAL DOS DEFENSIVOS AGRÍCOLAS

Art. 17. A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para ser humano, deverá restringir-se a programas de rádio ou TV e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precaução 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. 18. A citação de danos eventuais à saúde e ao meio ambiente será feita com dizeres, sons e imagens na mesma proporção e tamanho do produto anunciado.

Art. 19. A propaganda comercial de agrotóxicos e afins, comercializáveis mediante prescrição de receita, deverá mencionar expressa referência a esta exigência.

Art. 20. A propaganda comercial de agrotóxicos, componentes e afins, em qualquer meio de comunicação, conterá, obrigatoriamente, clara advertência sobre os riscos do produto à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente, e observará o seguinte:

I - estimulará os compradores e usuários a ler atentamente o rótulo e, se for o caso, o folheto, ou a pedir que alguém os leia para eles, se não souberem ler;

II - não conterá:

a) representação visual de práticas potencialmente perigosas, tais como a manipulação ou aplicação sem equipamento protetor, o uso em proximidade de alimentos ou presença de crianças;

b) afirmações ou imagens que possam induzir o usuário a erro quanto à natureza, composição, segurança e eficácia do produto, e sua adequação ao uso;

c) comparações falsas ou equívocas com outros produtos;

d) indicações que contradigam as informações obrigatórias do rótulo;

e) declarações de propriedades relativas à inoqüidade, tais como "seguro", "não venenoso" "não tóxico", com ou sem uma frase complementar, como: "quando utilizado segundo as instruções";

f) afirmações de que o produto é recomendado por qualquer órgão do Governo.

III - conterá clara orientação para que o usuário consulte profissional habilitado e siga corretamente as instruções recebidas;

IV - destacará a importância do manejo integrado de pragas;

V - restringir-se-á, na paisagem de fundo, a imagens de culturas ou ambientes para os quais se destine o produto.

Parágrafo único. O oferecimento de brindes deverá atender, no que couber, às disposições do presente artigo, ficando vedada a oferta de quantidades extras do produto a título de promoção comercial.

Art. 21. A propaganda deverá sempre, em qualquer meio de comunicação, chamar a atenção para o destino correto das embalagens vazias e dos restos ou sobras dos produtos.

Capítulo VI DAS INFRAÇÕES E PENALIDADE

Art. 22. As infrações cometidas na veiculação da publicidade dos produtos a que se refere a Lei nº 9.294, de 1996, sujeitarão os infratores, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, às seguintes sanções:

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, pelo mesmo anunciante, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação 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 cinquenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com a especificidade do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada, enquanto persistirem os motivos da infração.

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

Art. 23. As infrações e as penalidades previstas no artigo anterior serão fiscalizadas e aplicadas de acordo com o disposto no Decreto nº 861, de 9 de julho de 1993.

Capítulo VII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 24. É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata a Lei nº 9.294, de 1996.

Art. 25. Os produtores e comerciantes de bebidas alcoólicas de que trata o art. 8º, terão o prazo de 120 dias, contados da publicação deste Decreto, para dar cumprimento ao disposto no art. 9º.

Art. 26. O art. 10 do Decreto 70.951, de 9 de agosto de 1972, que "dispõe sobre a distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, e estabelece normas de proteção à poupança popular", passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

"Art. 10.
Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeito deste decreto, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac."

Art. 27. O disposto neste Decreto não exclui a competência suplementar dos Estados e Municípios em relação à Lei nº 9.294, de 1996.

Art. 28. Os Ministérios das áreas competentes poderão expedir atos complementares relativos à matéria disciplinada neste Decreto.

Art. 29. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 30. Revogam-se os arts. 117 a 119 do Decreto nº 79.094, de 5 de janeiro de 1977, e os arts. 42 a 44 do Decreto nº 98.816, de 11 de janeiro de 1990.

Brasília, 1º de outubro 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Nelson A. Jobim
Arlindo Porto
Adib Jatene
Sergio Motta