

ADVERTÊNCIA

Este texto não substitui o publicado no Diário Oficial da União

**Ministério da Saúde**
Gabinete do Ministro**PORTARIA INTERMINISTERIAL N.º 477, DE 24 DE MARÇO DE 1995**

OS MINISTROS DE ESTADO DA SAÚDE, DA JUSTIÇA E DAS COMUNICAÇÕES, no uso de suas atribuições, com fundamento nos arts. 9º, 31 e 55 da Lei n.º 8.078, de 1º de setembro de 1990, e 5º, VII, 15, XVI e 16, XII, da Lei n.º 8.080, de 11 dos mesmos mês e ano, e

Considerando o perigo que representa para a saúde o consumo de produtos derivados do tabaco, segundo irrefutáveis estudos científicos;

Considerando o dever do Estado de adotar medidas com a finalidade de combater os danos à saúde que possam resultar de ações controláveis;

Considerando a necessidade de conscientizar a população sobre os agravos à saúde ocasionados pelo consumo de tabaco e de seus derivados;

Considerando a indução ao consumo desses produtos pela propaganda indiscriminada;

Considerando a obrigatoriedade constitucional e legalmente imposta aos produtores e propagandistas do tabaco de alertar os consumidores sobre os riscos para a saúde, decorrentes de seu uso;

Considerando a autoridade indiscutível do Ministério da Saúde para informar sobre a natureza dos malefícios à saúde, relacionados com o consumo de tabaco e de seus derivados;

Considerando a exigência da lei, para, além disso, estabelecer restrições à propaganda de tais produtos e condições de tempo, modo e lugar de veiculação das advertências;

Considerando os entendimentos mantidos no âmbito do Grupo de Trabalho instituído pela Portaria GM/MS n.º 50, de 17 de janeiro deste ano, para a superação desse obstáculo, e a conveniência de solenizá-los;

Considerando o despacho do Ministro da Saúde exarado às fls. do Processo n.º 25000-001008/95-77, em 20 de março de 1995, resolvem:

Art. 1º Divulgar, em anexo a esta Portaria, o teor das advertências sobre os males provocados pelo consumo de tabaco e produtos derivados, para os efeitos da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 2º As condições de veiculação das mensagens de advertência são as previstas na carta-compromisso, firmada pelos representantes da indústria do tabaco e das entidades de publicidade que, com esta, se publica.

Art. 3º Recomenda-se:

I – às emissoras de televisão, evitar a transmissão de imagens em que apareçam fumando entrevistados convidados ou personalidades conhecidas do público, em programas “ao vivo” ou gravados para posterior reprodução;

II – aos órgãos integrantes do Sistema Único de Saúde:

a) a recusa de patrocínio, colaboração, apoio ou promoção de campanhas de saúde pública por companhias produtoras de tabaco e seus derivados;

b) a vigilância do cumprimento desta Portaria, para efeito de comunicação às instituições de proteção e defesa do consumidor.

Art. 4º Os efeitos da Portaria GM/MS n.º 1.050, de 08 de agosto de 1990, vigorarão durante os prazos previstos para início da divulgação das advertências.

Art. 5º Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 6º Revogam-se as disposições em contrário.

ADIB D. JATENE

Ministro da Saúde

NELSON A. JOBIM

Ministro da Justiça

SÉRGIO MOTTA

Ministro das Comunicações

ANEXO

TEOR DAS ADVERTÊNCIAS PRECEDIDAS DA EXPRESSÃO “O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE”

1. FUMAR PODE CAUSAR DOENÇAS DO CORAÇÃO E DERRAME CEREBRAL.
2. FUMAR PODE CAUSAR CÂNCER DO PULMÃO, BRONQUITE CRÔNICA E ENFISEMA PULMONAR.
3. FUMAR DURANTE A GRAVIDEZ PODE PREJUDICAR O BEBÊ.
4. QUEM FUMA ADOECE MAIS DE ÚLCERA DO ESTÔMAGO.
5. EVITE FUMAR NA PRESENÇA DE CRIANÇAS.
6. FUMAR PROVOCA DIVERSOS MALES À SUA SAÚDE.

TEXTO DA CARTA COMPROMISSO A QUE SE REFERE O ART. 2º

“Brasília, 14 de março de 1995

Ao Excelentíssimo Senhor

ADIB D. JATENE

Ministro de Estado da Saúde

BRASÍLIA – DF

Senhor Ministro,

A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – ABERT, a Associação Brasileira de Anunciantes – ABA, a Associação Brasileira de Agência de Propaganda – ABAP, a Associação Nacional de Jornais – ANJ, a Associação Nacional das Empresas de Revistas – ANER e a Associação Brasileira da Indústria do Fumo – ABIFUMO, tendo em vista os objetivos da Portaria MS n.º 50, de 17/01/95, e os pontos de consenso a que chegou o Grupo de Trabalho por ela instituído, e considerando o declarado propósito de Vossa Excelência, partilhado pelas signatárias, de promover significativos avanços na informação ao consumidor e na regulamentação da propaganda comercial dos produtos do tabaco, vêm não só declarar seu acatamento à introdução de novas cláusulas com que esse Ministério pretende advertir aos consumidores do produto, a serem concomitantemente divulgadas em ato ministerial próprio, como ainda firmar, em nome dos integrantes dos setores que representam, esta CARTA DE COMPROMISSO pela qual expressam sua concordância em que a veiculação das cláusulas de advertência e da promoção da propaganda comercial dos produtos de tabaco observe, nas correspondentes áreas de atuação de seus representados, as seguintes condutas:

1. As empresas produtoras de cigarros, cigarrilhas, charutos, fumo para cachimbo, fumo para confecção manual de cigarros, fumo para mascar e demais produtos de tabaco, se obrigam a inserir, nas embalagens e na publicidade, como aqui discriminado, advertências ao consumidor sobre os pretendidos malefícios decorrentes do uso do tabaco.

1.1 - As advertências serão usadas, na propaganda e na embalagem dos produtos de uma mesma empresa, na seqüência escolhida pelo fabricante, seja:

- a) simultaneamente, isto é, com utilização seqüencial sucessiva; seja
- b) rotativamente, isto é, cada cláusula de advertência será usada na propaganda ou embalagem do produto por determinado período de tempo, não superior a 5 (cinco) meses, findo os quais deverá ser substituída por outra cláusula, até a utilização de todas, quando recomeçará o ciclo.

1.2 – O disposto neste item não se aplica aos produtos de tabaco destinados à exportação.

2. Nos maços e carteiras de cigarros para 20 unidades, a advertência, inserida em uma de suas laterais, será escrita em letras de cor contrastante com o fundo, de forma a permitir adequada legibilidade, sendo o texto escrito em caracteres da família tipográfica Univers, corpo 9, caixa alta, circundado todo o campo da mensagem por um filete, de forma a ostensivamente destacá-lo de quaisquer outros elementos que figurem na lateral.

2.1 – Para maços ou carteiras de cigarros com diferente número de unidades deverá a advertência ser

proporcionalizada, mantendo-se, sempre, sua legibilidade e visibilidade.

2.2 – O disposto neste item também se aplica aos pacotes, que agreguem maços ou carteiras de cigarros, habitualmente comercializados, diretamente ao consumidor, e às cartelas de cigarrilhas, embalagens de charutos, de fumo para cachimbo e de fumo para confecção manual de cigarros.

2.3 – As diferentes advertências serão, nas embalagens de cada um dos produtos de uma mesma empresa, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

3. A publicidade EM painéis, cartazes, cartazetes, placas luminosas, munidores, jornais, revistas ou qualquer outra forma de mídia impressa, obedecerá as condições abaixo:

3.1 – Os textos das advertências serão escritos com letras em cor preta, padrão Univers 65 Bold, observadas as seguintes dimensões mínimas para as letras do corpo do texto, que será impresso sobre retângulo branco com um filete preto interno emoldurando a advertência, de modo a assegurar sua visibilidade:

Cartazes, Cartazetes e Painéis

0 a 250 cm ²	16
251 a 500 cm ²	20
501 a 1000 cm ²	24
1001 a 1500 cm ²	26
1501 a 2000 cm ²	30
2001 a 3000 cm ²	36
3001 a 4000 cm ²	40
4001 a 5000 cm ²	48

Revistas

Página dupla/página simples	corpo 12
- ½ página	18
- ¼ de página	04

Jornais

Tamanho padrão	
- 1 página	corpo 24
- ½ página	corpo 16
- ¼ de página	corpo 8
Tamanho tablóide	
- 1 página	corpo 16
- ½ página	corpo 10
- ¼ de página	corpo 08

3.1.1 – Qualquer tamanho não especificado nos itens relacionados a revistas e jornais deverá ser proporcionalizado, tomando-se por base a definição para ¼ de página.

3.1.2 – A proporcionalização para cartazes, cartazetes e painéis, bem como para quaisquer outras peças, deverá tomar como base a área de 1000 cm².

3.2 – As advertências, no conjunto de peças publicitárias de cada empresa, serão divulgadas seqüencialmente, de forma simultânea e rotativa.

3.3 – Nenhum painel, dotado ou não de iluminação, fixado em logradouro público, deverá ser colocado a menos de 200 (duzentos) metros de estabelecimento escolar de 1º ou 2º graus.

4. Na publicidade e nas publicações institucionais e legais, bem como nos anúncios classificados de empresas produtoras de derivados do fumo, não haverá obrigatoriedade da inserção da advertência, desde que as referidas peças não visem à promoção de marcas de produtos destinados ao público consumidor.

5. Na publicidade em mídia eletrônica, as advertências serão usadas sequencialmente, de forma simultânea ou rotativa.

5.1 – As mensagens publicitárias através do rádio dar-se-ão exclusivamente no horário de 21:00 às 06:00 horas, seguindo-se-lhes imediatamente a advertência, cujo texto terá locução diferenciada, cadenciada e perfeitamente audível.

5.2 – Nas mensagens publicitárias via televisão, igualmente restritas ao horário de 21:00 às 06:00 horas, serão observados os seguintes critérios:

5.2.1 – imediatamente após o término da mensagem publicitária, a advertência será exibida em cartela única, com fundo azul e letras brancas, de forma a permitir perfeita legibilidade e visibilidade, permanecendo imóvel no vídeo;

5.2.2 – a cartela obedecerá ao gabarito RTV de filmagem no tamanho padrão de 36,5 cm X 27 cm (trinta e seis e meio centímetros por vinte e sete centímetros);

5.2.3 – as letras apostas na cartela serão da família tipográfica Univers, variação Medium, corpo 38, caixa alta;

5.2.4 – simultaneamente haverá a locução diferenciada, de forma cadenciada e perfeitamente audível, do texto da advertência, que permanecerá em exibição por todo o tempo necessário a essa locução.

5.3 – Nas mensagens publicitárias em cinema, serão observados os mesmos critérios determinados para televisão, admitida a sua exibição apenas em sessões de filmes recomendáveis para maiores de 18 (dezoito) anos e que tenham seu início após às 21:00 (vinte e uma) horas.

6. A propaganda indireta contratada, na mídia eletrônica, sujeitar-se-á ao horário de 21:00 às 06:00, e à sua identificação no primeiro intervalo comercial subsequente, com veiculação da correspondente advertência, observado todo o disposto no item anterior. Por propaganda indireta contratada entende-se a menção ou aparição da marca ou imagem do produto, de forma casual e não declaradamente publicitária, promovida por fabricante ou importador estabelecido no País, ou por quem quer que nele comercialize o produto. O ato de fumar por pessoa ou personagem, sem exibição da marca ou do nome do fabricante do produto, não é considerado propaganda indireta.

7. Os eventos sob patrocínio dos produtos aqui referidos que não integrem a programação normal das emissoras de rádio e televisão, inclusive a cabo, poderão ser transmitidos, ao vivo, no horário em que se realizem.

7.1 – Em relação a tais eventos, entretanto, só será admitida a inserção de publicidade dos produtos de tabaco no rádio e na televisão se a transmissão, ou seu vídeo-tape, ocorrer no horário compreendido entre 21:00 (vinte e uma) e 06:00 (seis) horas.

7.2 – As chamadas de eventos cujo patrocínio esteja vinculado aos produtos aqui referidos só poderão ser feitas, na mídia eletrônica, no horário de 21:00 às 06:00 horas, com obrigatoriedade de veiculação, imediatamente após cada chamada, da correspondente cláusula de advertência, mesmo quando de tais chamadas constem apenas a marca ou a logomarca identificadoras do produto. Não se aplicarão estas disposições às chamadas cuja exibição for contratada para a promoção de outros produtos que não produtos do tabaco.

7.3 – Os painéis, cartazes, cartazetes, ou peças similares, assim como os anúncios em jornais e revistas, quando vinculados aos eventos objeto do subitem anterior, sujeitar-se-ão igualmente à aposição de cláusula de advertência, ainda que deles apenas constem a marca ou a logomarca dos produtos aqui referidos.

8. A propaganda de produtos do tabaco através da distribuição de amostras grátis não será promovida em:

- a) estabelecimentos de ensino, repartições públicas, hospitais e casas de saúde;
- b) eventos públicos, cuja classificação permita o comparecimento de menores de 18 (dezoito) anos de idade.

9. Sem prejuízo do disposto nos demais itens, a propaganda comercial dos produtos aqui referidos, feita por intermédio de qualquer meio de comunicação, deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - Não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas e religiosas.

II - Não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito similar.

III - Não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento da virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes.

IV - Não sugerir ou induzir o consumo em locais ou situações ilegais ou perigosas.

V - Não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo.

VI - Não incluir, imagens ou sons, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.

10. As entidades signatárias obrigam-se ainda a promover o cumprimento integral dos compromissos ora assumidos dentro dos seguintes prazos:

- I – jornais – 30 dias;
- II – revistas – 90 dias;
- III – demais casos de mídia impressa – 120 dias;
- IV – propaganda indireta contratada em mídia eletrônica – 30 dias;
- V – rádio – 90 dias;
- VI – televisão e cinema – 120 dias;
- VII – demais casos – 60 dias.

11. Para o efeito de não mais abastecer o mercado com embalagens que não tragam as novas cláusulas de advertência, por isso que produzidas anteriormente à assunção do presente compromisso, precisam as indústrias do prazo de 210 dias, contados da publicação oficial dessas novas cláusulas de advertência.

Reiteramos a Vossa Excelência nosso mais alto apreço e nossa disposição de contribuir para a eficácia das ações do Ministério que Vossa Excelência conduz a confiança e o reconhecimento da Nação.

Respeitosamente,

ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
ABA - Associação Brasileira de Anunciantes
ABAP - Associação Brasileira de Agência de Propaganda
ANJ - Associação Nacional de Jornais
ANER - Associação Nacional das Empresas de Revistas
ABIFUMO - Associação Brasileira da Indústria do Fumo