

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 4.340, DE 2020

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 (Lei Murad), para restringir a publicidade de medicamentos nos meios de comunicação social.

Autor: Deputado GIOVANI CHERINI

Relator: Deputado LUIS MIRANDA

I - RELATÓRIO

Vem a esta Comissão o Projeto de Lei nº 4.340, de 2020, da lavra do nobre Deputado GIOVANI CHERINI, que altera a redação dos parágrafos 1º e 3º do art. 7º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 (Lei Murad).

Com a modificação no § 1º, estende as vedações aplicáveis à propaganda de medicamentos aos remédios anódinos, ou seja, aqueles que agem de modo paliativo sobre os sintomas de enfermidades. Limita, assim, tal divulgação a publicações especializadas, dirigidas a profissionais e instituições de saúde.

Já o § 3º condiciona a propaganda de produtos fitoterápicos à comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos, limitando-a igualmente a publicações especializadas.

A proposta será apreciada pelas Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) e de Seguridade Social e Família (CSSF) quanto ao mérito e pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), quanto à sua constitucionalidade e juridicidade.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Luis Miranda
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD224692308400>



O texto tramita sujeito à apreciação conclusiva pelas Comissões, em regime de tramitação ordinária. Transcorrido o prazo regimental, não foram oferecidas emendas à matéria.

Compete-nos, pois, apreciar suas disposições nos termos do temário previsto no art. 32, inciso III, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

As limitações à propaganda de medicamentos seguem determinação do art. 220, § 3º, inciso II e § 4º, da Constituição Federal:

Art. 220 (...)

(...)

§ 3º Compete à lei federal:

(...)

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

No caso dos medicamentos e terapias, destaca o ilustre autor da proposta em sua justificção que há um “evidente abuso” na divulgação de remédios anódinos ou de venda livre e de fitoterápicos.

Os dados de mercado confirmam essa afirmação. Segundo levantamento anual de 2020 realizado pelo jornal Meio e Mensagem, entre os quinze maiores anunciantes naquele ano destacam-se três empresas produtoras e distribuidoras de medicamentos anódinos e fitoterápicos. Tal pesquisa é amplamente divulgada na mídia, estando disponível em diversos



periódicos e portais da internet¹. Trata-se de evidência do vigor da propaganda de medicamentos voltada ao público em geral, pressionando o consumo.

Agrega o nobre parlamentar que se registram, anualmente, cerca de 20 mil episódios de intoxicação decorrente do uso incorreto ou abusivo de medicamentos.

A divulgação realizada apenas em publicações destinadas aos profissionais de saúde é, por certo, bem-vinda, pois orienta médicos, psicólogos, enfermeiros e demais categorias sobre os produtos disponíveis no mercado, sobre novos princípios ativos em desenvolvimento e sobre a forma correta de ministrá-los. Oferece, assim, informação qualificada a um público especializado, que detém competência para interpretá-la com proficiência. Evita-se, portanto, a pressão pelo consumo excessivo e desnecessário.

Estender essa disposição a todos os medicamentos e terapias afigura-se, pois, medida protetiva à pessoa e à família, nos termos previstos em nossa Constituição.

Pelas razões expostas, em suma, não podemos deixar de reconhecer o mérito da iniciativa em exame. Nosso VOTO, portanto, é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 4.340, de 2020.

Sala da Comissão, em de de 2022.

Deputado LUIS MIRANDA
Relator

2022-3503

¹ Veja-se, por exemplo, reportagem no UOL, “Unilever volta a ser maior anunciante do Brasil, aponta estudo”, disponível em <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/05/31/unilever-genomma-e-sky-sao-os-maiores-anunciantes-do-brasil-diz-estudo.htm>, consultado em 10 de maio de 2022.

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Luis Miranda

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD224692308400>

