

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 5.220, DE 2016

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a propaganda de medicamentos nos meios de comunicação.

Autor: Deputado RÔMULO GOUVEIA

Relator: Deputado IZALCI

I – RELATÓRIO

Tramita nesta Comissão o Projeto de Lei nº 5.220, de 2016, de autoria do Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para proibir a propaganda de medicamentos nos meios de comunicação.

A justificação para a apresentação da proposta é de que o consumo de medicamentos não deve ser estimulado sob qualquer pretexto. São substâncias, em geral, exógenas aos organismos, com potencial de toxicidade e úteis apenas para situações específicas. Fora dessas condições, seu uso pode causar diversos prejuízos, como resistência bacteriana, desequilíbrios, doenças e alterações físicas e emocionais e, além disso, despesas desnecessárias. Com todos esses efeitos negativos, o projeto de lei tem por objetivo impedir a propaganda de medicamentos veiculada costumeiramente nas emissoras de rádio e televisão, bem como em outros meios de comunicação.

A proposição foi distribuída para exame de mérito à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e à Comissão

de Seguridade Social e Família, conforme artigo 32 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Ademais, a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania deve se pronunciar quanto à constitucionalidade e juridicidade da matéria, conforme o artigo 54, do RICD.

Durante o prazo regimental, não foram apresentadas emendas nesta Comissão.

Não se encontram apensos ao texto principal do projeto.

É o Relatório.

II – VOTO DO RELATOR

O Projeto de Lei nº 5.220, de 2016, de autoria do Deputado Rômulo Gouveia, tem como objetivo proibir a propaganda de medicamentos nos meios de comunicação.

A proposta altera o artigo 7º da Lei 9.294, de 15 de julho de 1996, a qual dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Preliminarmente, é importante tecer algumas considerações sobre a Lei nº 9.294/1996. Essa lei já foi alterada algumas vezes desde sua aprovação, especialmente no que se refere a propagandas e ao uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou quaisquer outros produtos fumígenos, derivados ou não do tabaco. Essas alterações, realizadas em 2000, 2001, 2003 e 2011, criaram uma forte regulação sobre esses produtos e acabaram por proibir seu uso em recinto coletivo fechado (art. 2º) e vedar, salvo raras exceções, a propaganda (art. 3º).

Outro aspecto também abordado por alterações legislativas foi em relação à obrigação de afixação de advertência escrita de que é crime dirigir sob a influência de álcool. Essa alteração foi realizada em conjunto com diversas outras, sendo incluída no Código de Trânsito Brasileiro, com o intuito de inibir o consumo de bebidas alcoólicas por condutor de veículo automotor.

Entretanto, no que se refere a medicamentos, a legislação foi alterada uma única vez, por meio da Medida Provisória nº 2.190-4, de 23 de agosto de 2001. Essa medida provisória definiu o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, e criou a Anvisa, dentre outras providências. Além disso, inseriu novo parágrafo no art. 7º da Lei nº 9.294/1996 para permitir propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde. Vale lembrar toda a mobilização em torno da questão dos genéricos à época, especialmente após a aprovação da Lei dos Genéricos, Lei nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999.

Desta forma, o artigo sobre publicidade de medicamentos tem hoje a seguinte redação:

Art. 7º 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.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos 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 brasileira 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 É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. (Incluído pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterà obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. (Renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

Como se pode perceber pelo *caput* do artigo, o princípio geral da Lei é que a propaganda de medicamentos seja direcionada somente para profissionais e instituições de saúde, o que também é permitido pela proposta do PL 5.220/2016. Entretanto, há exceção estabelecida no §1º do art. 7º da Lei nº 9.294/1996, o qual permite anúncios nos meios de comunicação social para medicamentos anódinos e de venda livre. Essa redação possibilita propagandas de um grupo reduzido de medicamentos e, mesmo assim, com balizamentos, como advertências sobre abuso.

Esses dispositivos foram aprovados já há algum tempo. O mais recente deles é o parágrafo inserido pela Medida Provisória nº 2.190-34/2001, que já tem mais de 15 anos, enquanto que os demais já têm 20 anos. Assim, faz-se necessária uma avaliação os efeitos da Lei. É exatamente isso que a proposição ora em tela faz, abordando aspectos que hoje ainda incomodam a população sobre o assunto.

Observando-se cuidadosamente os argumentos apresentados na justificção do projeto, identificam-se cinco preocupações que justificariam a proibição da veiculação das propagandas de medicamentos:

1. Não estímulo ao consumo de medicamentos;
2. Forma de utilização (momento de utilização, dose correta, indicação precisa, consumo em período cientificamente experimentado);
3. Malefícios à saúde individual e coletiva (resistência bacteriana, intoxicações, alergias, etc);

4. Insinuação de milagres e restabelecimento rápido;
5. Excesso na veiculação de propagandas sobre medicamentos.

Cumpre-nos agora a avaliar cada uma das preocupações elencadas pelo autor do projeto e verificar se elas podem ser contempladas pela legislação vigente ou se merecerem algum ajuste legislativo.

Quanto ao não estímulo ao consumo de medicamentos, entendo que o objetivo final das propagandas é aumentar o consumo de determinado produto. Isso, no caso dos medicamentos, é extremamente perigoso e merece regulação por parte do Poder Público. Entretanto, tratamentos simples de muitas doenças são desconhecidos da população e, nesse ponto, a propaganda pode auxiliar. Ressalta-se aí o caráter informativo que a publicidade pode ter. Nesse sentido, a proibição das propagandas pode eliminar uma importante fonte de informação. A questão é então: como encontrar um equilíbrio entre essas duas forças contrárias?

Vale mencionar aqui o que a regulamentação infralegal tem a dizer. No que se refere ao não estímulo ao consumo de medicamentos, a Resolução-RDC nº 96/2008 da Anvisa menciona o seguinte:

Art. 4º Não é permitida a propaganda ou publicidade enganosa, abusiva e/ou indireta.

(...)

Art. 8º É vedado na propaganda ou publicidade de medicamentos:

I - estimular e/ou induzir o uso indiscriminado de medicamentos;

II - sugerir ou estimular diagnósticos ao público em geral;

III - incluir imagens de pessoas fazendo uso do medicamento;

(...)

XI - usar expressões ou imagens que possam sugerir que a saúde de uma pessoa poderá ser afetada por não usar o medicamento.

Art. 14 A propaganda ou publicidade de medicamentos não pode utilizar designações, símbolos, figuras ou outras representações gráficas, ou quaisquer indicações que possam tornar a informação falsa, incorreta, ou que possibilitem interpretação falsa, equívoco, erro e/ou confusão em relação à verdadeira natureza, composição, procedência, qualidade, forma de uso, finalidade e/ou características do produto.

Como se percebe, os incisos do art. 8º tratam exatamente da preocupação trazida pelo autor do projeto. Entendo, portanto, que a questão já foi disciplinada pelo Poder Público, não carecendo de medida legislativa nesse sentido.

Além disso, a mesma resolução da Anvisa, em seus arts. 4º e 14, endereça a questão de insinuação de milagres ou outras formas de confundir o consumidor ou leva-lo a erro. São questões importantes que, mesmo não estando explícitas no texto legal, foram determinadas pelo Poder Público por meio de outros instrumentos.

Quanto aos possíveis malefícios à saúde que poderiam ser causados por um medicamento, entendo que impossibilitar a veiculação de propagandas não seja a melhor maneira de deixar a população consciente de tais efeitos. Ao contrário, é dando maior publicidade a essas informações que será possível atingir um maior nível de conscientização. Por esta razão, entendo que esta preocupação deve ser tratada em conjunto com as preocupações relacionadas a “forma de utilização” e “insinuação de milagres e restabelecimento rápido”. Todas essas preocupações referem-se ao conjunto de informações repassadas ao consumidor. Essas informações devem ser as mais precisas possíveis e conter todos os alertas necessários. Da mesma forma que no endereçamento de preocupações anteriores expressas no projeto de lei, entendo, aqui, que é necessária regulação, mas não proibição.

Nesse particular, vale ressaltar que todas as drogas e medicamentos estão submetidos a registro junto às autoridades sanitárias e,

desta forma, são avaliados quanto à segurança e eficácia. Somente medicamentos com tais características podem ter sua publicidade permitida. É o que diz o *caput* do artigo 3º da Resolução-RDC nº 96/2008:

Art. 3º Somente é permitida a propaganda ou publicidade de medicamentos regularizados na Anvisa.

(...)

§ 2º Todas as alegações presentes na peça publicitária referentes à ação do medicamento, indicações, posologia, modo de usar, reações adversas, eficácia, segurança, qualidade e demais características do medicamento devem ser compatíveis com as informações registradas na Anvisa.

O §2º citado acima endereça as preocupações relacionadas à disponibilização de informação confiável ao consumidor. Ao contrário do que acredita o autor, entendo que tais informações na peça publicitária facilitam que o medicamento seja utilizado de maneira adequada. A vedação de toda e qualquer mensagem publicitária pode ter como efeito colateral uma menor circulação de informações sobre o correto uso de fármacos, bem como a eliminação de alertas sobre seus riscos, algo a ser considerado, uma vez que os medicamentos ora em questão são de fácil acesso.

Resta agora apenas endereçar a questão do excesso de propagandas de medicamentos nas emissoras de rádio e televisão. Neste quesito, a legislação e a regulamentação vigentes não estabelecem nenhum limite, o que pode, em alguns momentos, gerar desconforto ao telespectador. Por esta razão, entendo que poderia ser inserido um limitador para a quantidade de propagandas de medicamentos por hora e, para isso, proponho um substitutivo endereçando tal questão. Considerando que um intervalo publicitário tem, em geral, a duração de 30 segundos, um limite razoável seria o de 6 inserções a cada hora, ou seja, uma propaganda a cada dez minutos ou 3 minutos a cada hora.

Por essas razões, voto pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 5.220, de 2016, nos termos do substitutivo.

Sala da Comissão, em de setembro de 2016.

Deputado IZALCI

Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 5.220, DE 2016

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para restringir a propaganda de medicamentos nos meios de comunicação.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 7º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 7º 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.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos 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 brasileira 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 É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos

dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência.

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterà obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

§ 6º As propagandas de medicamentos referidos neste artigo veiculadas por serviços de radiodifusão de sons e imagens ou distribuídos pelo Serviço de Acesso Condicionado não poderão superar o tempo agregado máximo de três minutos a cada hora. ” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor trinta dias após sua publicação.

Sala da Comissão, em de setembro de 2016.

Deputado IZALCI
Relator