



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.582, DE 2016

(Do Sr. Glauber Braga)

Acrescenta o §6º ao art. 7º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para determinar que as propagandas de medicamentos sejam elaboradas com a divisão proporcional do tempo entre os relatos dos seus aspectos positivos e aspectos negativos.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-4205/2015.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O art. 7º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescido do §6º seguinte:

“Art. 7º.....

.....

§6º As propagandas de medicamentos isentos de prescrição, veiculadas nos órgãos de comunicação social, deverão ter o respectivo tempo dividido, de forma proporcional, entre os relatos dos seus aspectos positivos, como indicação e benefícios, e aspectos negativos, como efeitos colaterais e adversos.” (NR)

Art. 2º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os medicamentos são produtos de elevado interesse público, em face de sua essencialidade na proteção da saúde e da vida humana. Em face dos riscos sanitários a eles intrínsecos, não podem ser tratados como produtos comuns de consumo.

Por isso, a Constituição previu, em seu art. 220, §4º, que o legislador ordinário deveria criar regras para restringir a liberdade de expressão nas propagandas que envolvessem tais produtos, com a finalidade de proteger os indivíduos e as famílias. Também previu que essa lei estabelecesse “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”.

Assim, em resposta ao direcionamento constitucional, o legislador editou a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996. Esse diploma legal, então, limitou a propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie apenas em publicações especializadas, dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde. Os veículos de comunicação social não podem exibir propagandas de medicamentos, com uma única exceção, que são os produtos isentos de prescrição, conforme previsto no § 1º do art. 7º, desde que veiculem advertências quanto ao seu abuso.

Entretanto, o que de fato ocorre atualmente é que as peças publicitárias dos medicamentos isentos de prescrição que são veiculadas na

imprensa social utilizam a quase totalidade do tempo para exaltar os benefícios do respectivo produto, suas indicações, modo de uso e suas qualidades. Muito pouco tempo fica reservado para o esclarecimento do público alvo a respeito das contraindicações dos medicamentos, seus efeitos não desejados, suas interações com outras substâncias e seu uso por pessoas com condições de saúde especiais, como insuficiência renal, hepática e problemas cardíacos.

Essa forma de propaganda, além de promover uma automedicação irracional e o uso abusivo de fármacos, prejudica que o consumo seja feito da forma mais informada possível. O Código de Defesa do Consumidor preza de modo especial pela importância do consumo informado para todos os tipos de produtos, bens e serviços. Isso é essencial para que a relação de consumo seja estabelecida em bases que permitam a manifestação de vontade das partes sem a ocorrência de vícios. E todos esses aspectos ganham contornos ainda mais essenciais quando se trata de produtos que possuem riscos à saúde e à vida, como acontece com os medicamentos.

Dessa forma, considero de bom alvitre que a lei obrigue os laboratórios farmacêuticos a esclarecerem os potenciais consumidores de seus produtos todos os aspectos relevantes, não só os benefícios do fármaco, mas seus malefícios também. As peças publicitárias dos produtos isentos de prescrição precisam, assim, destinar o mesmo tempo para relatar os aspectos positivos e negativos presentes nesses medicamentos. Essa é uma forma de garantir o consumo informado.

Ante o exposto, solicito o apoio dos demais parlamentares no sentido da aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em 29 de novembro de 2016.

Deputado Glauber Braga
PSOL/RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

.....

TÍTULO VIII DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

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.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação. (*Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social. (*Parágrafo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional. (*Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002*)

LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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. [\(Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34\)](#)

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. [\(Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001\)](#)

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.

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
