

COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

PROJETO DE LEI Nº 4.537, DE 2016

Dispõe sobre a divulgação de programas de benefícios oferecidos pelos laboratórios farmacêuticos.

Autora: Deputada CLARISSA GAROTINHO

Relatora: Deputada CARMEN ZANOTTO

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei em epígrafe tem o objetivo de autorizar a realização de propagandas, nos meios de comunicação social, de programas criados pelos laboratórios farmacêuticos que concedem ao consumidor final, devidamente cadastrados, descontos sobre os preços finais de alguns medicamentos. A proposta faz a ressalva de que a propaganda não poderá fazer menção a medicamentos específicos e nem a seu preço. Além disso, o projeto também determina que as farmácias informem aos consumidores sobre os benefícios em vigência, por meio de cartazes indicativos nos respectivos estabelecimentos.

Para justificar a iniciativa, a autora da proposta argumenta, em apertada síntese, que a garantia da saúde depende da possibilidade de o paciente adquirir o medicamento prescrito. Reconhece que as famílias brasileiras comprometem grande parcela de sua renda com a aquisição de remédios, os quais possuem preços elevados no Brasil quando comparados aos de outras nações, o que leva muitos pacientes a interromper os

* C D 2 2 5 7 4 0 1 8 6 0 0 0 *



tratamentos prescritos em face dos custos que tais componentes representam no orçamento familiar.

Diante desse quadro, a autora relata que diversos laboratórios farmacêuticos instalados no país oferecem descontos de 20% a 68% em remédios, principalmente os de uso contínuo. O acesso a tais descontos seria viabilizado diretamente ao consumidor final após a realização de um cadastro junto ao respectivo fornecedor, sem qualquer burocracia. Porém, muitos pacientes sequer conhecem tais benefícios, razão que fundamenta, então, a sua iniciativa.

A proposta foi distribuída para apreciação conclusiva das Comissões de Seguridade Social e Família e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas à proposição no âmbito desta Comissão de Seguridade Social e Família.

II – VOTO DA RELATORA

O Projeto de Lei comentado no Relatório precedente a este Voto tem o objetivo de dar maior transparência e publicidade em relação aos programas criados por laboratórios farmacêuticos no intuito de conceder descontos sobre o preço, ao consumidor final, de determinados medicamentos. Tal iniciativa propicia uma maior adesão do paciente ao tratamento prescrito e ajuda no processo de fidelização do cliente, podendo evitar que os pacientes busquem alternativas, ou terapias substitutas.

No Brasil, a propaganda de medicamentos é regida por princípios constitucionais e legais. A Constituição Federal, apesar de garantir a liberdade na manifestação do pensamento, em seu art. 220, previu a possibilidade de restringi-la em lei, no intuito de garantir proteção à pessoa e à família. Tal proteção envolve, ainda, a propaganda de produtos que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente, como os medicamentos. Mais



especificamente sobre os medicamentos, o § 4º do referido art. 200 determinou que sua propaganda ficasse sujeito às restrições legais.

Em resposta a essa previsão constitucional, foi editada a Lei nº 9.294, de 14 de julho de 1996, que criou algumas restrições à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas. Segundo o art. 7º desse diploma legal, a propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie só pode ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde. Percebe-se que não foi permitida a propaganda para o público em geral, muito menos nos meios de comunicação de massa. A exceção admitida pela Constituição ao alcance dessa proibição recai nos medicamentos isentos de prescrição, desde que acompanhadas de advertências sobre os riscos de seu abuso, nos termos do §1º do art. 7º.

Portanto, a atual disciplina jurídica sobre a propaganda dos produtos medicamentosos não prevê quaisquer proibições para a divulgação, nos meios de comunicação social, de programas de benefícios voltados aos consumidores, relacionados com a redução do preço final de apresentações farmacêuticas. Ressalte-se que a restrição legal existente alcança os fármacos e propagandas específicas sobre eles, não podendo ser estendida, por via interpretativa, às concessões de descontos sobre produtos, dadas diretamente pelos laboratórios produtores aos consumidores de seus produtos, desde que tais produtos não sejam especificamente abordados como objeto principal da propaganda.

Entretanto, entendo que, por tal faculdade não estar expressamente prevista na legislação, pode existir uma relativa dúvida quanto a tal faculdade. E essa dúvida pode contribuir para a existência de insegurança jurídica em relação à licitude desse tipo de propaganda. Talvez, essa seja uma das causas para a inexistência de divulgação, nos meios de comunicação social, dos programas de descontos no preço dos medicamentos para o consumidor final, feitos diretamente pelo laboratório produtor.

Por isso, considero que o Projeto de Lei em análise, caso aprovado, terá a função de dar maior segurança jurídica para o tipo de



□

propaganda em comento. Os princípios da transparência e da publicidade também fundamentam o mérito da presente iniciativa, uma vez que estão contemplados nos novos dispositivos.

Ademais, o aumento da transparência, a observância da publicidade e a maior segurança jurídica previstos com a aprovação da presente matéria, deverão contribuir para a ampliação do acesso aos medicamentos, pois os consumidores conhecerão melhor os benefícios existentes. Tal ampliação é propícia para melhorar a proteção à saúde individual e coletiva.

Ante o exposto, manifestamos nosso VOTO pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei n.º 4.537, de 2016.

Sala da Comissão, em de de 2021.

Deputada CARMEN ZANOTTO
Relatora

2021-16983

