



PODER JUDICIÁRIO
SEÇÃO JUDICIÁRIA DO DISTRITO FEDERAL
VIGÉSIMA VARA FEDERAL

DECISÃO Nº _____/2009

Processo: 2009.34.00.023841-0

Ação Ordinária/Outras

Autor ABRAFARMA—Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias

Réu Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA

No tocante à propaganda de medicamentos, a Constituição Federal traz regra específica, *in verbis*:

“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.

(...)

§ 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.”

Foi editada, assim, a Lei nº 9.294/96, com o expreso propósito de estabelecer as restrições previstas no dispositivo constitucional supratranscrito, assim como o Decreto nº 2.018/96, que a regulamentou. Não há dúvidas, igualmente, que tais propagandas devem observar as regras constantes no Código de Defesa do Consumidor, lei federal de abrangência evidente sobre o tema.

Contudo, a ANVISA, imbuída de propósito protecionista ao consumidor, extrapolou as disposições de tais leis, inovando nas limitações à propaganda de medicamentos, por meio de ato normativo inferior, em flagrante violação ao dispositivo constitucional reproduzido acima, o qual reserva à lei o estabelecimento de tais regras restritivas.

É o que se depreende de alguns artigos da Resolução-RDC nº 96/2008, como se vê abaixo:

Art. 10. Os programas de fidelização realizados em farmácias e drogaria, dirigidos ao consumidor, não podem ter medicamentos como objeto de pontuação, troca, sorteios ou prêmios.



PODER JUDICIÁRIO
SEÇÃO JUDICIÁRIA DO DISTRITO FEDERAL
VIGÉSIMA VARA FEDERAL

(...)

Art. 19 – Quando as farmácias e drogarias utilizarem frases para informar a redução de preços para grupos de medicamentos, tais como “desconto para anticoncepcionais, “genéricos com 30% de desconto”, não podem ser utilizados outros argumentos de cunho publicitário.

(...)

Art. 26. Na propaganda ou publicidade de medicamentos isentos de prescrição é vedado:

I – usar expressões tais como “Demonstrado em ensaios clínicos”, “Comprovado cientificamente”;

As regras acima impostas são de evidente caráter restritivo à propaganda de medicamentos, o que, à luz da Carta vigente, deve vir expresso em lei federal. A Agência ré possui inegável poder de polícia para fiscalizar as empresas no que diz respeito à vigilância sanitária. Igualmente, pode editar atos normativos a fim de regulamentar atuações e procedimentos, contudo jamais para criar balizas à propaganda e publicidade de produtos, sob pena de usurpar competência dos agentes políticos que detem o poder de legislar.

Por fim, verifico que a referida Resolução entrou em vigor no último mês de junho, daí a necessidade de um provimento judicial de caráter urgente.

Ante o exposto, DEFIRO a tutela requerida para que as empresas filiadas à associação requerente não sofram qualquer medida de natureza punitiva, por parte da ANVISA, em razão do descumprimento das disposições da Resolução ANVISA RDC nº 96/2008, o que considero suficiente, nesse momento processual.

Cite-se.

Intimem-se.

Brasília DF, de outubro de 2009.

BRUNNO CHRISTIANO CARVALHO CARDOSO

Juiz Federal - 20ª Vara/DF