



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

FUNDAMENTOS

Recientemente, la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) ha creado mediante disposición n° 2845/11 en el ámbito de la Dirección de Planificación y Relaciones Institucionales del organismo, el "Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria" con el objeto de optimizar, reforzar y fortalecer las funciones de vigilancia sanitaria que impulsa el mismo.

De este modo, mediante la implementación del programa el organismo citado, propende al monitoreo y evaluación de la publicidad emitida en medios masivos de comunicación y medios especializados, respecto a los productos (medicamentos, alimentos, productos médicos, cosméticos, productos de uso doméstico)-concretamente los incluidos en el artículo 1° de la Resolución ex MS y AS n° 20/05 y resolución MS n° 627/07.

Como es sabido, la ANMAT es un organismo descentralizado de la Administración Pública Nacional, cuya función principal es la protección de la salud humana, asegurando la calidad de productos de su competencia; y por tanto responsable de los procesos de autorización, registro, normatización, vigilancia y fiscalización de los productos que se utilizan en medicina, alimentación y cosmética humana.

Las aristas que vertebran la operatividad de sus funciones son: eficacia (cumplimiento del objetivo terapéutico, nutricional o diagnóstico) seguridad (alto coeficiente beneficio/riesgo) y calidad (respondan a las necesidades y expectativas de la ciudadanía).

Conforme a ello, la función del Programa se focaliza en:

- Realizar las notificaciones a los responsables de las publicidades que se considerasen emitidas en infracción a la normativa, a fin de que cesen en las conductas violatorias, sin perjuicio de las demás acciones que pudieran corresponder.
- Emitir informes técnicos, con expresa descripción de las conductas consideradas en infracción y fundados en la normativa vigente, todo ello a los fines de ordenarse la iniciación del sumario sanitario correspondiente.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

- Fomentar la integración e interacción con otros organismos gubernamentales (provinciales y nacionales), organizaciones no gubernamentales e instituciones educativas, para la colaboración en las actividades de monitoreo de piezas publicitarias.

Asimismo, y de manera indirecta, la política impulsada por el organismo, reforzará el vínculo con los consumidores, quienes podrán acceder a toda la información regulatoria actualizada y de las actividades llevadas a cabo por el Programa.

Cabe recordar, que la Resolución ex MS y AS n° 20/05 actualizaba la normativa aplicable en materia de publicidad y propaganda de los productos incluidos en la órbita de fiscalización de la ANMAT, en que especialidades medicinales de venta libre, suplementos dietarios, productos odontológicos, reactivos de diagnóstico, productos cosméticos, dispositivos de tecnología médica, productos domisanitarios y productos alimenticios, se encontraban sujetos a un sistema de control.

Ulteriormente, otras disposiciones de la ANMAT n° 4980/05, modificada por la Disposición n° 1631/09-establecerían las normas generales y específicas a cumplir toda publicidad o propaganda dirigida al público, respectivos a los productos enumerados la Resolución ex MS n° 20/05.

También, a estos efectos se creaba la Comisión de Fiscalización y Control de Publicidad de las especialidades medicinales de venta libre, productos alimenticios, suplementos dietarios, productos odontológicos, reactivos de diagnóstico, productos cosméticos, dispositivos de tecnología médica y productos domisanitarios, conformada por un grupo interdisciplinario, encargada, entre otras funciones, de la evaluación de las publicidades emitidas en los medios de comunicación correspondientes a cualquiera de los referidos productos a los fines de controlar el cumplimiento de la normativa vigente en la materia.

Incluso, se aprobaron las "Buenas Practicas de Promoción de Medicamentos de Venta Bajo Receta" por parte de los laboratorios productores, aplicables en materia de promoción destinada a los profesionales facultados para prescribir o dispensar medicamentos de venta bajo receta.

Con dicha iniciativa, se pretende evitar que los consumidores, prescriptores y/o dispensadores tomen decisiones equivocadas basadas en afirmaciones falsas, engañosas, no veraces, sobre las propiedades y características de un determinado producto, dado que muchas veces, la



Legislatura de la Provincia de Río Negro

publicidad y promoción de productos ejercen una gran influencia sobre los hábitos de consumo, distorsionando su tratamiento como si fuesen productos de consumo, en vez de bienes de salud.

Casualmente, una nota publicada por el Diario Página 12, de fecha 7/5/2011, titulada "El remedio que vende la tele", dan cuenta que conforme a la implementación del Programa, un total de 1315 piezas publicitarias fueron analizadas el año pasado. De las emitidas en medios gráficos, sólo un dos por ciento fue objetado; de las que fueron en tandas comerciales televisivas, las objetadas se elevaron al diez por ciento (10%) por "exagerar los resultados del producto o prometer efectos inmediatos", y llegaron al quince por ciento (15%) por ciento en las publicidades "no tradicionales", que se incluyen en la programación artística.

"Las empresas aducen que en la publicidad no tradicional suele suceder que el presentador se salga de lo pautado, generalmente para aducir virtudes comparativas como que el producto anunciado es el mejor de todos o que es la única alternativa para el consumidor", explicó Sebastián Duarte, coordinador del Programa.

En las incluidas en las tandas, las objeciones "suelen corresponder a exageraciones en el efecto del producto, como que '...proporciona alivio inmediato a los dolores', señaló Duarte, y comentó que "los analgésicos y antiinflamatorios son los medicamentos de venta libre más publicitados: llegan al cuarenta y tres (43%) por ciento del total".

Sintetizando el mecanismo de ejecución del Programa, su titular a cargo, explica que "el levantamiento o modificación de cada mensaje publicitario objetado demoraría unas tres semanas: examinamos las publicidades con un delay de dos semanas, ya que trabajamos con una auditoría de medios que nos las envía quincenalmente: analizado el material, si hay presunta infracción a la normativa se envía a la empresa anunciante una carta documento, que tarda 48 horas en remitirse. La carta requiere que, en forma inmediata, la firma se abstenga de incluir la frase o aspecto objetado y, según la gravedad de la falta, se inicia un proceso sumarial. Por lo general, al recibir la carta la empresa retira o corrige la pieza publicitaria".

En consecuencia, es de suma importancia y trascendencia pública que la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), implemente el "Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria" dado que fomenta el uso racional de medicamentos, productos



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

médicos, cosméticos, entre otros; proporcionando información fidedigna, objetiva, rigurosa y fehaciente desde la perspectiva científica, tanto del profesional de la salud como el consumidor, con el objeto de que adquirieran una comprensión clara del uso apropiado del producto.

Del mismo modo, convalida y fortalece las funciones de control y monitoreo por el organismo actuante, dando que se constituye en una herramienta institucional de gran importancia, si se tiene en cuenta que permite regular la información que las empresas farmacéuticas aportan a los médicos, y paralelamente, sustentar un mensaje publicitario y promocional mas responsable de los productos medicinales, en aras de preservar la salud de la población.

Por ello:

Autora: Beatriz Manso.

Acompañantes: Martha Ramidán, Fabián Gatti.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

C O M U N I C A

Artículo 1°.- A la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), su reconocimiento y beneplácito por la implementación del "Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción de Productos Sujetos a Vigilancia Sanitaria" (creado por disposición n° 2845/11), que promueve el uso racional y responsable de los productos (medicamentos, alimentos, productos médicos, cosméticos, productos de uso doméstico) a través de los medios masivos de comunicación y medios especializados, destinados a la población y profesionales de nuestro país.

Artículo 2°.- De forma.