



Legislatura de la Provincia de Río Negro

FUNDAMENTOS

En la sociedad moderna, la publicidad ejerce una influencia cada vez mayor sobre el público. Las técnicas de difusión se perfeccionan día a día, y el espacio que los medios de comunicación social destinan a promocionar productos y servicios no cesa de incrementarse. Esta realidad no es positiva ni negativa en sí misma pero, en el caso específico de la publicidad de medicamentos, puede generar algunos riesgos para la población.

Cuando la información no es absolutamente veraz y objetiva, la salud del consumidor pueden verse injustamente afectada. La tendencia mundial de la industria es ampliar cada día más el número de medicamentos de venta libre, con los cuales la industria se siente liberada para publicitarlos y promocionarlos de manera indiscriminada y sin más límite que la "creatividad" de sus publicistas. En la actualidad se han implementado comerciales televisivos y radiales "en vivo" sobre medicamentos de venta libre y bajo receta en programas de consumo masivo, apelando a la credibilidad y buena fe de figuras mediáticas, de gran penetración publicitaria, que recomiendan el producto, sin medir el daño que esto pudiera causar en la salud de su asidua audiencia.

Si bien es cierto, que algunas de las programaciones que se ven en la actualidad por televisión son de carácter "lamentable", es peor aun observar comerciales donde se satirizan enfermedades, visitas al médico, etcétera, con la intención de demostrar las bondades curativas "milagrosas" del medicamento en cuestión. Los medicamentos, a diferencia de otros bienes de consumo, tienen relación directa con la salud y la vida de las personas y por lo tanto deben promocionarse en condiciones de estricto rigor científico y ético que garanticen una información fiable para los consumidores; sin actores, sin falsos médicos, sin recomendaciones de famosos; con responsabilidad y seriedad.

Al respecto la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), dió los primeros pasos para agilizar la fiscalización de publicidad de productos relacionados con la salud de los consumidores, en el año 1994, con la creación de la Comisión Evaluadora de Publicidad y Propaganda de Productos Farmacéuticos, de Uso Medicinal, Odontológico, Suplementos Dietarios y de Tecnología Médica. Entre otras competencias, este cuerpo se encarga de evaluar los mensajes que las empresas pretenden dar a conocer a los consumidores, sugiriendo al director nacional del ANMAT su aprobación o rechazo. En caso de que no se ajusten a lo dispuesto por las



Legislatura de la Provincia de Río Negro

normas en vigencia, se debe exigir que se realicen las modificaciones pertinentes. La evaluación se realiza exclusivamente sobre la publicidad de productos de venta libre, pues la difusión de mensajes sobre medicamentos de expendio bajo receta se encuentra expresamente prohibida por la ley nacional n° 16.463, que en su artículo 19 inciso c dice: Queda prohibido inducir en los productos de expendio libre a la auto medicación y en su inciso d dice: Queda prohibido toda forma de anuncio al público de los productos cuyo expendio solo haya sido autorizado "bajo receta".

Así mismo, el Ministerio de Salud de la Nación creo la disposición 7331/98 que fija las normas que regirán para los mensajes destinados al público que publiciten medicamentos de venta libre, productos odontológicos, productos cosméticos, dispositivos de tecnología médica, suplementos dietarios y alimentos.

Sin embargo, estos controles y reglamentaciones nacionales, se ven muy poco reflejadas en la publicidad televisiva y radial de estos productos en canales abiertos y señales de cable.

Esta situación es muy preocupante, hoy por hoy se le esta dando mayor prioridad a la venta de los medicamentos (Laboratorios) y venta de espacios publicitarios (Medios de Comunicación) sobre la salud de la gente, se fomenta e induce a la auto medicación, no se respetan las leyes y reglamentaciones que regulan la difusión de los medicamentos de venta libre o peor aun, bajo receta.

Diferentes estudios realizados por la Academia Nacional de Medicina, distintas Universidades y medios de prensa, concluyen con que la proliferación de mensajes publicitarios aconsejando medicamentos y procedimientos terapéuticos de beneficio a veces no establecido y otras exagerado, con el propósito de fomentar su consumo han provocado un desmedido incremento de la auto medicación.

El único y principal objetivo de este proyecto es prevenir y reducir al máximo los agentes que generan, en la gente, la decisión de automedicarse, sin incurrir en daños económicos sobre Laboratorios o Medios de Comunicación. La prioridad en estos casos deberá ser siempre la salud de la gente, sin caer en intereses comerciales mezquinos.

Por ello.

AUTOR: Daniel Sartor



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

FIRMANTES: Carlos Daniel Toro, Susana J. Holgado, Jorge Santiago, Viviana Cuevas, María I. García, Alfredo O. Lassalle, Adrián Torres, Jorge R. Pascual, Bautista J. Mendioroz



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

COMUNICA

Artículo 1°.- A la Honorable Cámara de Diputados de la Nación que vería con agrado la modificación de la Ley Nacional de Medicamentos, n° 16.463, reestructurando la reglamentación publicitaria para medicamentos "Bajo Receta" y de "Venta Libre", prohibiendo todo tipo de comercial televisivo, radial o gráfico que incite a la auto medicación.

Artículo 2°.- A la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), que agote todos los recursos que sean necesarios para controlar la publicidad de medicamentos de "Venta Libre" que pudieran incitar al público en general a la auto medicación.

Artículo 3°.- Al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) que respete y haga respetar por todos los Medios de Comunicación de la República Argentina la reglamentación nacional vigente sobre "Publicidad de Medicamentos".

Artículo 4°.- De forma.