

CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION MESA DE ENTRADAS	
29 OCT 2003	
SEC: D	1º 5.206 HORA. 17 ²⁰

Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

TITULO I

DEL COMITÉ DE PUBLICIDAD DE MEDICAMENTOS

ARTICULO 1º: Créase el Comité de Publicidad de Medicamentos que funcionará bajo la dependencia del Ministerio de Salud de la Nación. El mismo estará integrado por.

- Un representante del Ministerio de Salud de la Nación.
- Un mandatario de la Administración Nacional de Medicamentos Alimentos y Tecnología Médica (A.N.M.A.T.)
- Un delegado a designarse voluntariamente por cada uno de los Comités de Bioética conformados de acuerdo a la ley 24.742, los que se desempeñarán ad-honorem.

ARTICULO 2º: Este comité se reunirá cada quince (15) días. Funcionará presidido por los funcionarios que lo conforman, tomará sus decisiones por simple mayoría de los delegados de comités de bioética y tendrá como función primordial el control de la publicidad de los medicamentos.

ARTICULO 3º: Toda publicidad de medicamentos estará sujeta a la aprobación de este Comité y para ello el interesado en promoverla debe presentar su proyecto publicitario ante el mismo.

ARTICULO 4º: Efectuada la revisión de la publicidad se devolverá al interesado una copia firmada por los integrantes del Comité comunicándole la decisión adoptada.

ARTICULO 5º: Dicha decisión solamente será recurrible por reposición o ante el Ministerio de Salud de la Nación.

ARTICULO 6º: El comité de Publicidad funcionará, sesionará y decidirá en la formas y en los plazos establecidos por la reglamentación.

Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

TITULO II

DE LAS PROPUESTAS DE PUBLICIDAD

ARTICULO 7º: Toda publicidad de medicamentos de venta libre dirigida al cuerpo médico, o los eventuales consumidores a través de medios masivos de comunicación requieren la admisión del Comité de Publicidad de Medicamentos.

ARTICULO 8º: Medicamentos de venta bajo receta: Los medicamentos registrados con venta bajo receta solo podrán anunciarse o promocionarse en publicaciones de carácter científico o técnico, dirigidos al cuerpo médico u odontológico. Queda prohibida la propaganda de medicamentos de venta bajo receta para el público en general y por ende, los avisos publicitarios de medicamentos de venta bajo receta no serán expuestos por sus destinatarios en lugares de concurrencia pública como clínicas consultorios o salas de espera.

ARTICULO 9º: Medicamentos de venta libre: Podrán publicitarse los medicamentos de venta libre para el público en general con sujeción a la presente ley y previa admisión de la publicidad por el Comité creado por la misma.

ARTICULO 10º: También será exigible la intervención del Comité de Publicidad de Medicamentos para la difusión propagandística de aquellos productos que sin reunir la condición de medicamento, posean pretendida finalidad sanitaria o terapéutica y siempre que se destinen a la prevención, tratamiento o curación de enfermedades, sugieran propiedades adelgazantes, laxantes o diuréticas, promocionen seguridad de alivio o curación cierta, utilicen autorizaciones u homologaciones de otro país, aporten testimonios de profesionales o pacientes, sugieran que su uso potencia el rendimiento físico, psíquico o sexual, o usen el término «natural» vinculado a efectos preventivos o curativos.

ARTICULO 11º: Cualquiera que fuere el medio utilizado para la difusión publicitaria de los productos referidos en los artículos precedentes, se deberá hacer expresa mención de que tal publicidad cuenta con la aprobación del Comité de Publicidad de Medicamentos.

ARTICULO 12º: En la información o propaganda dirigida al cuerpo médico u odontológico, deberán especificarse las acciones, indicaciones, usos terapéuticos, contraindicaciones, efectos colaterales, riesgos de administración, riesgos de fármaco dependencia, precauciones y advertencias, sin omitir ninguna de las que figuren en la literatura científica o fueren conocidas por los fabricantes.

Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

ARTICULO 13º: La bibliografía sobre la cual se basa la información deberá citarse en forma clara y expresa; así mismo se debe identificar el principio activo con su nombre genérico, el cual en el caso de medicamentos esenciales, irán en igualdad de caracteres a los del nombre o marca del medicamento.

ARTICULO 14º: La publicidad e información sobre medicamentos deberá ceñirse a la verdad y por consiguiente no podrán exagerarse las ventajas que pueda ofrecer su uso ni disimularse sus contraindicaciones o efectos colaterales. En estos anuncios no se permiten las indicaciones y usos del producto ni la dosificación.

ARTICULO 15º: El Comité de Publicidad de Medicamentos deberá especialmente desautorizar la propuesta publicitaria que:

- a) Contraríe los usos o normas generales aplicables en materia de educación sanitaria , nutrición o terapéutica.
- b) Exprese verdades parciales, contengan falsas afirmaciones mendaces o cualquier otro ardid que induzcan a engaño o error.
- c) Impute, difame, cause perjuicios o comparación peyorativa para otras marcas o productos autorizados, servicios, empresas u organismos.

ARTICULO 16º: Queda prohibida la promoción de medicamentos bajo incentivos económicos o en especie.

ARTICULO 17º: Comuníquese al Poder Ejecutivo.


Dña ADRIANA R. BORTOLOZZI de BOGADO
DIPUTADA DE LA NACION