

PROYECTO DE LEY

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación...

Artículo 1: Elimínese los incisos c, d, e y f del artículo 19 de la ley 16.463.

Artículo 2: Incorpórese como inciso c del artículo 19 de la ley 16.463 el siguiente texto:

c) toda forma directa e indirecta de publicidad, promoción o patrocinio del consumo de medicamentos o especialidades medicinales o farmacéuticas, sea sin prescripción médica o bajo receta, excepto en los lugares destinados a la venta de medicamentos.

Se entenderá por publicidad de medicamentos toda forma de oferta informativa, de prospección o de incitación destinada a promover la prescripción, la dispensación, la venta o el consumo de medicamentos dirigida al público en general a través de cualquier medio de difusión o comunicación.

Artículo 3: Incorpórese como inciso d del artículo 19 de la ley 16.463 el siguiente texto:

d) el auspicio de sociedades científicas y organizaciones de la sociedad civil en los medicamentos.

Artículo 4: Modifíquese el artículo 20 de la ley 16.643 el que quedara redactado de la siguiente manera: Las infracciones a las normas de la presente ley y su reglamentación serán sancionadas:

a) Con apercibimiento;

b) Multa desde cien (100) veces el monto del haber mínimo de jubilación ordinaria del régimen nacional de jubilaciones y pensiones para trabajadores en relación de dependencia, hasta mil (1000) veces el monto del haber mínimo de dicha jubilación vigente al momento de hacerse efectiva la multa;

c) Con la clausura, total o parcial, temporal o definitiva, según la gravedad de la causa o reiteración de la misma, del local o establecimiento en que se hubiera cometido la infracción;

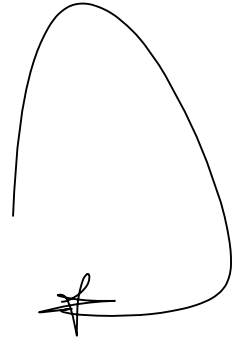
d) Suspensión o inhabilitación en el ejercicio de la actividad o profesión hasta un lapso de tres años; en caso de extrema gravedad o múltiple reiteración de la o de las infracciones la inhabilitación podrá ser definitiva;

e) El comiso de los efectos o productos en infracción, o de los compuestos en que intervengan elementos o sustancias cuestionadas;

f) La cancelación de la autorización para vender y elaborar los productos.

El dinero que se recaude por las multas devenidas por la aplicación de la presente Ley serán destinadas a las Políticas de promoción de producción pública de medicamentos previstas en la ley 26.688 y 27.113.

Artículo 5: Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, rounded, teardrop-shaped outline with a small, stylized mark at the bottom center.

Ana Carolina Gaillard

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

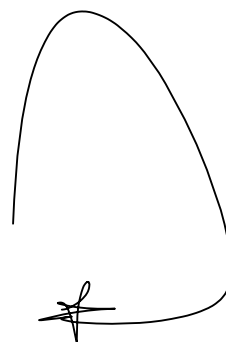
El presente proyecto de ley es una reproducción de los expedientes 0652-D-2020 y 0832-D-2022 y de su antecedente 7590-D-2016, todos de mi autoría. La ley 16463 de Medicamentos, sancionada en el año 1964, es la norma que regula todo el régimen de importación, exportación, producción, elaboración, fraccionamiento, comercialización o depósito en jurisdicción nacional o con destino al comercio interprovincial, de las drogas, productos, químicos, reactivos y formas farmacéuticas, medicamentos, elementos de diagnóstico y todo otro producto de uso y aplicación de la medicina humana y las personas de existencia visible o ideal que intervengan en dichas actividades. Esta norma con rango de ley es la única que prevé la regulación en materia de "anuncios" de medicamentos, establece en su artículo 19 una serie de prohibiciones:

- a) La elaboración, la tenencia, fraccionamiento, circulación, distribución y entrega al público de productos impuros o ilegítimos;
- b) La realización de cualquiera de las actividades mencionadas en el Art. 1º, en violación de las normas que reglamentan su ejercicio conforme a la presente ley;
- c) Inducir en los anuncios de los productos de expendio libre a la automedicación;
- d) Toda forma de anuncio al público de los productos cuyo expendio sólo haya sido autorizado "bajo receta";
- e) Vulnerar, en los anuncios, los intereses de la salud pública o la moral profesional;
- f) Violar, en los anuncios, cualquier otro requisito exigido por la reglamentación.

De este artículo se desprende la diferencia entre la publicidad de aquellos productos que sean únicamente recetados, la cual queda prohibida expresamente, y permite, con algunos reparos, publicitar todos aquellos productos que hubieran sido aprobados bajo la condición de venta libre. En nuestro país se permite la publicidad a medicamentos de venta libre, con el argumento de que es un derecho del ciudadano contar con información sobre los productos que pueden elegir. A partir de esta regulación surge la importancia de modificar la redacción actual con la propuesta que estamos presentando, ya que para aumentar las ventas de medicamentos presenciamos situaciones donde todo puede solucionarse con un comprimido y la única regla que rige es la de promocionar el consumo indiscriminado sin ninguna limitación. Lo que se ha logrado con estas limitaciones a la publicidad es que en los medios masivos de comunicación se fomenta la automedicación irresponsable y el uso irracional de medicamentos. Esto se suma también a la posibilidad de entregar muestras médicas gratuitas por parte de los laboratorios como forma de publicitar los medicamentos. La Asociación Agentes de Propaganda Médica

informo en 2015 que entre 2013 y 2014 el crecimiento del gasto en publicidad por parte de los laboratorios fue del 47%, de acuerdo a la Cámara Argentina de Agencia de Medios. Si entendemos que los medicamentos son un bien social, su promoción y publicidad no pueden quedar libradas a las leyes del mercado y el marketing publicitario. Asimismo, la Constitución Nacional en su artículo 42 expresa “Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno”. Otra de las cuestiones importantes que pretendemos revertir con este proyecto es el precio de los medicamentos. Muchas veces hemos dicho que no existen precios de referencia, o que al comparar dos medicamentos iguales su valor varía radicalmente. Uno de los factores que explican esta diferencia es el marketing y el gasto en publicidad que cada laboratorio le asigna a su producto. Consideramos entonces que este gasto quedaría eliminado por completo generando una baja en el precio final de los medicamentos. La modificación al artículo 19 de la ley vigente que proponemos equipara la prohibición de los medicamentos de venta libre a los medicamentos bajo receta. Se trata con esta modificación, de prohibir el anuncio al público de los medicamentos cualquiera fuera su modo de expendio, exceptuando lugares destinados a la venta de medicamentos. También, se define que es la publicidad, ya que la ley data de hace más de 40 años, donde no se contemplaba como ahora la necesidad de definirla para poder prohibir su difusión. Incorporamos un nuevo inciso a las prohibiciones donde no se puede realizar auspicio de sociedades científicas y organizaciones de la sociedad civil en los medicamentos. Por último, se modifica el artículo 20 donde se actualizan los montos de las multas incorporando como unidad de medida el monto haber mínimo jubilatorio y que el destino de los fondos recaudados por incumplimientos de estas prohibiciones se los remitan a las Políticas de promoción de producción pública de medicamentos previstas en la ley 26.688 y 27.113. Consideramos que resulta imprescindible esta modificación ya que la publicidad debe contribuir al bienestar general y consciente de que el uso y consumo irracional es un problema urgente a ser atendido, la consecuencia del abuso de la automedicación y la no intervención de un profesional de la salud trae aparejado peores consecuencias.

Por las razones expuestas, solicitamos a los Señores Legisladores la aprobación del presente Proyecto de Ley.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, rounded, teardrop-shaped outline with a small, stylized mark at the bottom center.

Ana Carolina Gaillard