

DISPOSICIÓN SJFMSPC 4/2008
PUBLICIDAD

Y VISTO: La Ley 8302 y su decreto reglamentario 175/1994, que regula la organización y funcionamiento de las Farmacias, droguerías farmacéuticas, laboratorios farmacéuticos y herboristerías, instalados o a instalarse en la Provincia de Córdoba y establece que el Órgano de Aplicación de la Ley es el Ministerio de Salud.

Y CONSIDERANDO:

- 1) Que el Ministerio de Salud de la Provincia de Córdoba ha delegado a la Subdirección de Jurisdicción de Farmacia el ejercicio de las atribuciones de autoridad de aplicación;
- 2) Que en virtud de lo dispuesto por los artículos 15 y 28 de la Ley Provincial de Farmacias la Subdirección de Jurisdicción de Farmacia tiene la potestad de controlar y fiscalizar el contenido de las publicidades de medicamentos de venta libre, suplementos dietarios, cosméticos, productos de uso doméstico, reactivos para diagnóstico, productos odontológicos y de tecnología médica, que se difundan a través de los medios de comunicación.
- 3) Que, en ejercicio de la función de contralor y fiscalización de las publicidades de estos productos, son aplicables las Disposiciones de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología.
- 4) Que en uso de sus atribuciones legales y reglamentarias

LA SUBDIRECCIÓN DE JURISDICCIÓN DE FARMACIA

DISPONE:

Título Primero: Del Procedimiento y los Requisitos Generales de la Publicidad:

Art. 1: Con quince (15) días de antelación al inicio de la campaña de publicidad, el director técnico, propietario del establecimiento o apoderado, deberá iniciar un expediente por SUAC del Ministerio de Salud, donde incluirá los diseños generales de la publicidad a difundir:

1. Publicidad gráfica: diseño tal y como va a quedar en la revista, afiche u otro soporte gráfico.
2. Publicidad audiovisual: archivo del film en un formato y soporte adecuado.
3. Publicidad auditiva: texto que se va a difundir de manera radial, voz en off, u otro medio.

En todas las publicidades que utilicen la visión como órgano de percepción (publicidad gráfica, y siempre que técnicamente sea posible en la publicidad televisiva, cine, etc.) deberán consignarse, además del nombre y dirección de la Farmacia, el nombre y número de matrícula del Director Técnico de la misma. En el caso de publicidades para cadenas de Farmacias, se consignarán los datos de todos los locales y Directores Técnicos integrantes de la cadena en el territorio de la Provincia de Córdoba.

El diseño general deberá consignar la leyenda "PUBLICIDAD AUTORIZADA POR EL MINISTERIO DE SALUD DE LA PROVINCIA DE CORDOBA".

Si los diseños generales de publicidad, cumplen con los requisitos de la presente disposición, la Subdirección de Jurisdicción de Farmacia emitirá un acto aprobatorio de la publicidad previo pago de la tasa de ley.

Ante el rechazo de la publicidad, el interesado podrá interponer los recursos previstos en la Ley de Procedimiento Administrativo Provincial.

Art. 2: Toda publicidad a que se refiere la presente disposición deberá propender a la utilización adecuada del producto, presentando sus propiedades objetiva mente sin engaños o equívocos, brindando información veraz, precisa y clara.

Art. 3: No será autorizada la publicidad que reúna algunas de las siguientes características:

1. Ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal.
2. Atribuir al producto acciones o propiedades terapéuticas, nutricionales, cosméticas, diagnósticas, preventivas o de cualquier otra naturaleza que no hayan sido expresamente reconocidas o autorizadas por la autoridad sanitaria.
3. Sugiera que un producto medicinal es un alimento o cosmético u otro producto de consumo. De la misma manera, no deberá sugerirse que un alimento o cosmético u otro producto de consumo no medicinal posee acción terapéutica.
4. Sugiera que la seguridad o eficacia del producto se debe al hecho de que es natural. Para los productos obtenidos a partir de sustancias de origen natural, el anuncio sólo podrá consignar "elaborado (obtenido) a partir de sustancias de origen natural" o "con ingredientes obtenidos a partir de sustancias de origen natural".
5. Esté dirigida exclusiva o principalmente a menores de edad, sin el consejo de un adulto.
6. Está dirigida a embarazadas y/o mujeres en período de lactancia a menos que los productos hayan sido aprobados para ese fin.
7. Cualesquiera otras características que a criterio de la autoridad de aplicación este en contravención a la normativa.

Art. 4: Los mensajes comparativos no deberán:

- a) Crear confusión con la comparación.
- b) Poner en ridículo o denigrar a otro producto.
- c) Deformar la Imagen de otros productos.
- d) Atentar contra el buen nombre o prestigio de terceros.
- e) Intentar crear una situación de rechazo hacia los productos de la competencia o sus usuarios.
- f) Mencionar componentes no contenidos en el producto publicitado.
- g) Mencionar posibles efectos adversos o colaterales de principios activos no contenidos en el producto publicitado.

Título Segundo: De los Medicamentos de Venta Libre.

Art. 5: Para los Medicamentos de venta libre, la publicidad deberá cumplir con estos requisitos:

- 1) Fundarse en las características propias del producto y en sus características demostradas para las afecciones reconocidas en las indicaciones autorizadas por ANMAT y/o Ministerio de Salud de la Provincia de Córdoba.
- 2) Realizarse en idioma español, en lenguaje accesible y comprensible.
- 3) Incluir La leyenda: "LEA ATENTAMENTE EL PROSPECTO Y ANTE LA MENOR DUDA CONSULTE A SU MEDICO Y/O FARMACÉUTICO"

Art. 6 : Para lo medicamentos de venta libre, esta prohibida toda publicidad que pueda:

- 1) Inducir al uso indiscriminado del producto, sugerir excesos o respuestas no demostradas científicamente.
- 2) Sugerir que la toma del producto debe ser permanente y/o que el producto posee propiedades curativas en enfermedades crónicas o incurables, salvo que así esté contemplado y/o autorizado en sus prospectos.
- 3) Modificar las indicaciones y usos contenidos en los rótulos y/o prospectos del producto.

- 4) Promuevan u organicen concursos, certámenes o sorteos de cualquier naturaleza o entregar regalos o beneficios de cualquier índole en los que estén involucrados medicamentos de venta libre y/o medicamentos fitoterápicos de venta libre.

Título Cuarto: De los Suplementos Dietarios:

Art. 7: Para suplementos dietarios toda publicidad deberá incluir la leyenda "SUPLEMENTA DIETAS INSUFICIENTES. CONSULTE A SU MÉDICO Y/O FARMACÉUTICO".

Art. 8 Para los suplementos dietarios está prohibida toda publicidad que:

- 1) Modifique los rótulos, aprobados de acuerdo con la normativa vigente, en cuanto a los usos, la ingesta y las propiedades específicas del producto.
- 2) Promocione que el consumo del suplemento dietario constituye una garantía de salud.
- 3) Mensure el grado de disminución de riesgo a contraer enfermedades por el consumo del producto.
- 4) Atribuya al producto acciones y/o propiedades terapéuticas o sugerir que el suplemento dietario es un producto medicinal o mencionar que un suplemento dietario diagnostica, cura, calma, mitiga, alivia, previene o protege de una determinada enfermedad. Sólo se admitirá que la publicidad incluya frases como "AYUDA A PREVENIR..." o "AYUDA A PROTEGER...", siempre que dichas declaraciones resulten. beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes.
- 5) Mencione, directa o indirectamente, una condición patológica o anormal.
- 6) Incluya la expresión "venta libre".
- 7) Promueva u organice concursos, certámenes o sorteos de cualquier naturaleza o entregar regalos o beneficios de cualquier índole en los que estén involucrados suplementos dietarios.

Título Quinto: De los Cosméticos:

Art. 10: Para los cosméticos se prohíbe la publicidad que:

- 1) Proclame que el uso de los cosméticos podrá aportar soluciones milagrosas o que resulten engañosas poniendo en riesgo la salud humana.
- 2) Proclame acción terapéutica alguna así como tampoco modificaciones en los estados fisiológicos del organismo diferentes a la finalidad para la cual fue admitido el producto.

Título Sexto: De los Productos Médicos, Odontológicos y Reactivos de Autodiagnóstico:

Art. 11: Para los productos médicos, odontológicos y reactivos de autodiagnóstico toda publicidad deberá incluir la expresión "LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES Y ANTE LA MENOR DUDA CONSULTE A SU MÉDICO, ODONTÓLOGO Y/O FARMACÉUTICO".

Art. 12: Para los productos médicos, odontológicos y reactivos de autodiagnóstico, se prohíbe toda publicidad que:

- 1) Afirme que los productos son seguros o bien tolerados.
- 2) Dé un mensaje que resulte falso, confuso, engañoso o que induzca a error.

3) Afirme que el producto es seguro o bien tolerado.

Título Séptimo: Disposición Transitoria.

Art. 13. Advertencia General:

Ante la exhibición de distintas publicidades en medios televisivos, que provienen de señales extranjeras, se informa que los productos promocionados NO se encuentran inscriptos y/o autorizados por ANMAT, por lo que la seguridad, calidad y eficacia de estos productos no cuentan con el aval de dicho organismo oficial. Por eso, con el fin de proteger la salud de la población, se desaconseja su consumo y/o se sugiere la consulta previa a organismos de contralor del Ministerio de Salud.

Asimismo, muchas de las publicidades que se observan en la Web, servicios de SMS u otros medios de difusión electrónica exceden el marco normativo, por lo que se aconseja consultar previamente al ANMAT o al Ministerio de Salud de la Provincia de Córdoba, ya que puede tratarse de productos no aprobados; o bien la publicidad resultar engañosa.

Disposición SJFMSPC 15/2008, modificatoria de la 4/2008 (Publicidad)

VISTO:

Las actuaciones en las que obra la Disposición n° 4 con fecha 22 de Octubre de 2008 de la Subdirección de Jurisdicción de Farmacia que regula los requisitos y procedimiento de publicidades de medicamentos de venta libre, suplementos dietarios, cosméticos, productos de uso doméstico, reactivos para diagnóstico, productos odontológicos y de tecnología médica;

Y CONSIDERANDO:

Que, por error material involuntario se ha consignado erróneamente la numeración del Título Sexto de la mencionada Disposición.

Por ello, en sus atribuciones;

LA SUBDIRECCIÓN DE JURISDICCIÓN DE FARMACIA

DISPONE:

1°: SUSTITUYESE la numeración del articulado de la Disposición n° 4 con fecha 22 de Octubre de 2008, por la siguiente: en el Título Quinto: De los Cosméticos: dónde dice: “Art. 10” debe decir: “Art. 9”; en el Título Sexto: donde dice: “De los Productos Médicos, Odontológicos y Reactivos de Autodiagnóstico”, debe decir: “De los Productos Médicos, Odontológicos y Reactivos de Diagnóstico de Uso In Vitro”; donde dice: “Art. 11” debe decir: “Art. 10” y dónde dice: “Art. 12” debe decir: “Art.11”; en el Título Séptimo: Disposición Transitoria dónde dice: “Art. 13” debe decir: “Art. 12”.

2°: **PROTOCOLÍCESE**, comuníquese y dése copia.