

## Publicidad de Productos para la Salud

El Programa de Monitoreo y Fiscalización de Publicidad y Promoción, dependiente de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) controla y fiscaliza el contenido de la publicidad de productos para la salud. Ellos son:

- Medicamentos de venta libre;
- Alimentos;
- Suplementos dietarios;
- Cosméticos;
- Productos de uso doméstico;
- Reactivos para diagnóstico;
- Productos odontológicos y de tecnología médica.

La fiscalización de la publicidad de los productos mencionados se extiende a todos los medios de comunicación, ya sean los clásicos como la televisión, la radio, gráfica y vía pública, u otros como Internet y la llamada publicidad no tradicional (PNT).

Todos los anuncios deben cumplir con los criterios generales y específicos establecidos por esta Administración Nacional.

El material publicitario que se fiscaliza es enviado a este Programa a través de una agencia de auditoría de medios; sin embargo, resulta de suma importancia la participación y colaboración de todos en esta tarea. Es por eso que, si Ud. tiene alguna inquietud o comentario respecto a la comunicación publicitaria de algunos de estos productos, lo invitamos a comunicarse con nosotros.

**Para hacerlo, puede enviar un mail a [publicidad@anmat.gov.ar](mailto:publicidad@anmat.gov.ar) o escribir por correo postal a: ANMAT - Av. de Mayo 869, piso 11, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, especificando nombre de producto, medio en el cual fue publicado, como así también la fecha**

de la difusión. En caso de tratarse de una publicidad por Internet, le agradeceremos adjunte el link o dirección de la página web.

## Mensajes Publicitarios

Es importante saber distinguir cuándo una publicidad es engañosa y, para ello, a continuación les comunicamos en forma breve los requisitos que deben cumplir, según la normativa vigente.

En primer lugar, sin diferenciar el tipo de producto que se esté publicitando, debemos tener en cuenta que la publicidad en general:

- **Deberá** propender a la utilización adecuada del producto, presentando sus propiedades objetivamente sin engaños o equívocos, brindando información veraz, precisa y clara.
- **No deberá** ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal.
- **No deberá** 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.
- **No deberá** sugerirse 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.
- **No deberá** sugerir 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".

- **No deberá** estar dirigido exclusiva o principalmente a menores de edad, sin el consejo de un adulto.
- **No deberá** estar dirigido a embarazadas y/o mujeres en período de lactancia, a menos que los productos hayan sido aprobados para ese fin.

### Los mensajes comparativos no deberán:

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

### Medicamentos de Venta Libre

- La publicidad **deberá** fundarse en las características propias del producto y en sus características, demostradas para las afecciones reconocidas en las indicaciones autorizadas por esta Administración Nacional.
- **Deberá** Incluir la leyenda: "Lea atentamente el prospecto y ante la menor duda consulte a su medico y/o farmacéutico".
- **No deberá** inducir al uso indiscriminado del producto, o sugerir excesos o respuestas no demostradas científicamente.
- **No deberá** 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.
- **No deberá** modificar las indicaciones y usos contenidos en los rótulos y/o prospectos del producto.
- **No se podrán promover** u organizar concursos, certámenes o sorteos de cualquier naturaleza, o entregar regalos o beneficios de cualquier índole en los que estén involucrados especialidades medicinales de venta libre y/o medicamentos fitoterápicos de venta libre.

### Alimentos

- **No deberá** modificar los rótulos, aprobados de acuerdo con la normativa vigente, en cuanto a los usos y las propiedades específicas del producto.

- **No deberá** promocionar que el consumo del alimento constituye una garantía de salud.
- **No deberá** mensurar el grado de disminución de riesgo a contraer enfermedades derivado del consumo del producto.
- **No deberá** atribuirse al producto acciones y/o propiedades terapéuticas, o sugerir que el alimento es un producto medicinal, o mencionar que un alimento diagnostica, cura, calma, mitiga, alivia, previene o protege de una determinada enfermedad. Sólo podrán incluirse frases tales como “ayuda y/o contribuye a prevenir y/o proteger”
- **No deberá** mencionar, directa o indirectamente, una condición patológica o anormal.
- **No deberá** manifestar que un alimento puede ser usado en reemplazo de una comida convencional o como el único alimento de una dieta.

### Suplementos Dietarios

- La publicidad de estos productos **deberá** incluir la leyenda “Suplementa dietas insuficientes. Consulte a su médico y/o farmacéutico”.
- **No deberá** modificar los rótulos, aprobados de acuerdo con la normativa vigente, en cuanto a los usos, la ingesta y las propiedades específicas del producto.
- **No deberá** promocionar que el consumo del suplemento dietario constituye una garantía de salud.
- **No deberá** mensurar el grado de disminución de riesgo a contraer enfermedades por el consumo del producto.
- **No deberá** atribuir 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 incluir “ayuda a prevenir” o “ayuda a proteger”, siempre que dichas declaraciones resulten beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes.
- **No deberá** mencionar, directa o indirectamente, una condición patológica o anormal.
- **No deberá** incluir la expresión “venta libre”.
- **No deberá** promover u organizar concursos, certámenes o sorteos de cualquier naturaleza, o entregar regalos o beneficios de cualquier índole, en los que estén involucrados suplementos dietarios.

## Cosméticos

- **No deberá** proclamar que el uso de los cosméticos podrá aportar soluciones milagrosas o que resulten engañosas, poniendo en riesgo la salud humana.
- **No deberá** proclamar acción terapéutica alguna, así como tampoco modificaciones en los estados fisiológicos del organismo diferentes a la finalidad para la cual fue admitido el producto.
- **Deberá** incluir la expresión "Lea atentamente las instrucciones y ante la menor duda consulte a su médico, odontólogo y/o farmacéutico".
- **No deberá** afirmar que los productos son seguros o bien tolerados.
- **No deberá** expresar un mensaje que resulte falso, confuso, engañoso o que induzca a error.
- **No deberá** afirmar que el producto es seguro o bien tolerado.

Este fue un breve resumen de las pautas establecidas para la publicidad de todos los productos para la salud controlados por la ANMAT.

## Publicidades extranjeras

Por otro lado, es necesario advertir que existen diferentes publicidades de venta televisiva que provienen de señales extranjeras y que muchas veces, los productos promocionados NO se encuentran inscriptos y/o autorizados por este Organismo. Esto quiere decir que la ANMAT no avala la seguridad, calidad y eficacia de estos productos.

## Venta de Medicamentos por Internet

Asimismo, muchos anuncios publicitarios que se observan vía Internet o que llegan a través de los correos electrónicos no cumplen con la norma establecida, y podrían tratarse de productos NO aprobados, o bien la publicidad podría resultar engañosa.

Por ello, con el fin de proteger a los consumidores, se desaconseja su consumo y/o se sugiere la consulta previa a esta Administración.