



Universidad de Buenos Aires



Facultad de Medicina

Venta de medicamentos fuera de la farmacia, publicidad y drogadependencia: relaciones peligrosas

Venta de medicamentos fuera de la farmacia

Existen medicamentos registrados como tales -y sujetos a la legislación propia de las especialidades farmacéuticas- y productos que, sin estar registrados como medicamentos son vendidos y activamente promovidos, atribuyéndoseles virtudes medicinales.

Entre los medicamentos es preciso distinguir aquellos de venta bajo prescripción o receta, de los de venta sin receta o de venta libre (medicamentos de mostrador over-the counter u OTC en la terminología anglosajona). Sobre estos existe la **suposición errónea** e instalada entre el público en general, que considera inocuos a los medicamentos de "venta libre".

Todos los medicamentos sin excepción, empleados en dosis excesivas o durante períodos demasiado prolongados, en situaciones en que no estarían indicados, pueden producir efectos secundarios , colaterales, indeseables o adversos, generar interacciones con otros fármacos o sustancias, inducir conductas de abuso o dependencia e incluso retrasar el diagnóstico de una afección que requiera cuidados médicos.

Así, por ejemplo, según un estudio de Morlans, M., Laporte, J. y colaboradores, alrededor de un 13 % de toda la carga etiológica de la nefropatía terminal que conduce a diálisis o trasplante en nuestro medio se debe al uso crónico de analgésicos, casi siempre en el marco de la automedicación.

La venta de cualquier medicamento fuera de los establecimientos farmacéuticos, es **altamente riesgosa** para la salud de la población.

Según advierte la Confederación Farmacéutica Argentina (COFA), el **20 por ciento de los medicamentos que se consumen en el país se adquiere fuera de las farmacias**, dichos comercios incluyen quioscos, supermercados,

estaciones de servicio, gimnasios y hasta hoteles alojamiento. **En ocasiones esto se aplica también para los medicamentos de venta bajo receta.**

La trazabilidad de un medicamento es el seguimiento del recorrido que el producto hace en todas las etapas de su comercialización, es fundamental para lograr un uso correcto de los medicamentos (farmacovigilancia, detección de enfermos crónicos, seguimiento de pacientes) así como para establecer una acción terapéutica libre de complicaciones. Además es una herramienta que utiliza el sistema sanitario para detectar falsificaciones, adulteraciones sobre los medicamentos. Al separarse del canal de venta original, la trazabilidad se vuelve dificultosa, cuando no imposible.

Existe también un vacío legal sobre el control de los mismos por parte de la autoridad nacional, ya que la **ANMAT no tiene competencia sobre establecimientos que no estén habilitados por el Ministerio de Salud.** Es decir que los referidos "canales de ventas" (quioscos, almacenes, estaciones de servicio) están fuera de su jurisdicción y competencia.

Publicidad

Es innegable el impacto de la publicidad de los medicamentos en la conducta de los consumidores, y de allí los potenciales riesgos que representa para la salud de la población.

La Academia Nacional de Medicina, advirtió en reiteradas oportunidades sobre "las publicidades que fomentan el uso de tratamientos y medicamentos sin supervisión médica, y 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**".

La Organización Mundial de la Salud (OMS) creó los "Criterios éticos para la promoción de medicamentos", un marco teórico donde se establecen **recomendaciones sobre los anuncios dirigidos al público** "deben contribuir a que la población pueda tomar decisiones racionales sobre la utilización de medicamentos que están legalmente disponibles sin receta".

Según estudios realizados por la Universidad Maimónides y el Instituto Argentino de Atención Farmacéutica (IADAF), **la publicidad de medicamentos incita a la automedicación o al mal uso de fármacos**, un problema que se cobra en el país unas 700 vidas por año.

En una nota del periodista de temas de salud Pedro Lipcovich, (Página/12 "Hoy estamos adictivos") analiza un mensaje televisivo de aspirina (ácido acetilsalicílico) mencionando la llamativa omisión de cualquiera de sus propiedades terapéuticas como antiinflamatorio, antifebril, anticoagulante, asociando su consumo "con un genérico estado de bienestar y alto rendimiento social y laboral".

Pasivamente asistimos a la promoción de malos hábitos alimentarios, extensamente publicitados, para aumentar las ventas de un medicamento que

supuestamente contrarresta los efectos. La inducción a la conducta de la inmediatez en la instalación de un tratamiento según los síntomas, da resultados: todo puede solucionarse con un comprimido y hasta algunos suplementos dietarios se prefieren comercializar como medicamentos porque "venden más". Pero esta actitud tiene sus costos: cuando a un adolescente le ofrecen un "comprimido" de éxtasis, con la promesa de bienestar y placer, es utópico pensar que podría decir "no".

A todo esto debe sumarse la liviandad con que asistimos a la prescripción de medicamentos. Recomiendan medicamentos la madre, el compañero de trabajo, en la peluquería, en el kiosco y hasta en el consultorio médico, entre pacientes.

La publicidad y promoción activa por los medios masivos de comunicación, aumenta la automedicación irresponsable y el uso irracional de medicamentos. Los fármacos medicinales o medicamentos abandonan así su lugar de bien social, esencial para la salud pública, y pasan a ser un bien de consumo.

Drogadependencia

Numerosos medicamentos son utilizados para producir modificaciones o cambios en el estado de ánimo, solos o en asociación con drogas o sustancias de abuso. Según la Encuesta Nacional sobre Prevalencias de Consumo de Sustancias Psicoactivas 2008, realizada por el INDEC, casi el 4 % de la población de entre 16 y 65 años, consume tranquilizantes.

No puede dejar de tenerse en cuenta que casi todas las drogas de abuso de hoy fueron en un principio medicamentos, que por sus particularidades farmacológicas y toxicológicas (tolerancia, abuso, dependencia) comenzaron a ser utilizadas por sus efectos psicoactivos, siendo entonces restringidas o retiradas en su empleo farmacológico. Tal es el caso de la cocaína, algunos opiáceos (morfina, codeína), las anfetaminas, los anestésicos (ketamina), la efedrina, el popper, etc.

El Observatorio de Medicamentos de Abuso (OMA) en España realizó un estudio donde se verificaba el consumo no médico (abuso de sustancias) de un total de 27 sustancias. Un 22% consumían analgésicos, unos 12% ansiolíticos o tranquilizantes (benzodiazepinas); un 10% de estimulantes y el resto una amplia gama de sustancias.

Los patrones de uso mayoritario incluían, mezclas con drogas y alcohol y abuso de tranquilizantes. Los medicamentos siempre han formado parte de la "cultura de la droga" en usos no terapéuticos, con el fin de experimentar nuevas sensaciones u obtener mejores rendimientos.

Las modalidades del abuso de medicamentos cambian y podría decirse que algunas de ellas se "ponen de moda". Actualmente la "jarra loca" es la forma

más común de consumo de alcohol y medicamentos - en su mayoría benzodiacepinas - entre los adolescentes y los adultos jóvenes.

Según datos de la Unidad Toxicología del Hospital "Juan A. Fernández" de la Ciudad de Buenos Aires, durante el año 2008 se asistieron 2182 consultas relacionadas a intoxicaciones agudas por sustancias de abuso; de ellas 292, fueron por abuso de algún tipo de medicamento y otras 205 fueron por asociación de algún medicamento con bebidas alcohólicas.

La ecuación entre promoción inapropiada de la utilización de fármacos, formas de accesibilidad facilitada o no controlada y patrones de uso inadecuado y abuso de sustancias, constituye una trilogía de riesgo incrementado, que expone a la población potencialmente más vulnerable.

Med. Beatriz DI BIASI
Docente Asociada

Prof. Dr. Carlos DAMIN
Profesor Titular

Primera Cátedra de Toxicología - Facultad de Medicina
Buenos Aires, marzo de 2009.