No. Expediente: 1603-1CP2-11



ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

I DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA			
1. Nombre de la	Iniciativa.	Que reforma los artículos 309 y 310 de la Ley General de Salud.	
2. Tema de la Iniciativa.		Salud.	
3. Nombre de o Iniciativa.	uien presenta la	Dip. Paz Gutiérrez Cortina.	
4. Grupo Par Partido Po pertenece.	lamentario del lítico al que	PAN.	
_	sentación ante el la Comisión		
6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.		19 de enero de 2011.	
7. Turno a Comisión.		Salud.	

II.- SINOPSIS

Establecer que la publicidad de preservativos se ajustara a los siguientes requisitos: No podrá establecer expresiones que puedan interpretarse como una protección 100 por ciento efectiva contra infecciones de transmisión sexual como: "sexo seguro" y "protección total"; ni dirigirse a menores de 14 años; deberá de ir acompañada de la leyenda "la fidelidad a una pareja estable, disminuye el riesgo de contraer infecciones de transmisión sexual" y en el caso del condón se deberá explicitar en el empaque y en toda la publicidad al respecto, el índice de riesgo que conlleva su uso en el contagio de infecciones de transmisión sexual (ITS). Establecer que la publicidad de preservativos podrá trasmitirse en televisión y radio y sólo podrá difundirse a partir de las veintidós horas; en el cine podrá difundirse únicamente en películas para adultos. En ambos casos la publicidad deberá acatar las disposiciones que establece la ley, informando con claridad y precisión sobre el índice de riesgo que implica su uso en la transmisión de ITS y en la anticoncepción.



III.- ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD.

El derecho de iniciativa se fundamenta en la fracción II del artículo 71 y la facultad del Congreso de la Unión para legislar en la materia se sustenta en las fracciones XVI y XXX del artículo 73, en relación con el artículo 4° párrafo tercero, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA

En la parte relativa al texto legal que se propone, se sugiere lo siguiente:

- > Incluir el fundamento legal en que se sustenta la facultad del Congreso para legislar en la materia de que se trata.
- > Se recomienda incluir el título, así como el artículo de instrucción del proyecto de decreto, considerando que de conformidad con las reglas de técnica legislativa, aquél se formulará de manera genérica y referencial, en tanto que el segundo precisará el tipo de modificación de que se trata, así como los artículos y apartados que se pretenden reformar y el ordenamiento al que pertenecen.

La iniciativa cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que son los siguientes:

Ser formulada por escrito, tener un título, contener el nombre y firma de la persona que presenta la iniciativa, una parte expositiva de motivos, el texto legal que se propone, el artículo transitorio que señala la entrada en vigor, la fecha de elaboración y ser publicada en la Gaceta Parlamentaria.



V CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE				
TEXTO VIGENTE	TEXTO QUE SE PROPONE			
LEY GENERAL DE SALUD Artículo 309. Los horarios en los que las estaciones de radio y televisión y las salas de exhibición cinematográfica podrán transmitir o proyectar, según el caso, publicidad de bebidas alcohólicas, se ajustarán a lo que establezcan las disposiciones generales aplicables. Artículo 310 En materia de medicamentos, remedios herbolarios, equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales e insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos y de curación y agentes de diagnóstico, la publicidad se clasifica en:	 I. La publicidad de preservativos no podrá establecer expresiones que puedan interpretarse como una protección 100 por ciento efectiva contra infecciones de transmisión sexual como: "sexo seguro", "protección total", etcétera. II. La publicidad de preservativos no podrá dirigirse a menores de 14 años. III. La publicidad deberá de ir acompañada de la leyenda "la fidelidad a una pareja estable, disminuye el riesgo de contraer infecciones de transmisión sexual". IV. En el caso del condón, se deberá explicitar en el empaque y en toda la publicidad al respecto, el índice de riesgo que conlleva su uso en el contagio de infecciones de transmisión sexual (ITS). 			



- I. Publicidad dirigida a profesionales de la salud, y
- II. Publicidad dirigida a la población en general.

La publicidad dirigida a profesionales de la salud deberá circunscribirse a las bases de publicidad aprobadas por la Secretaría de Salud en la autorización de estos productos, y estará destinada exclusivamente a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud.

La publicidad a que se refiere el párrafo anterior, no requerirá autorización en los casos que lo determinen expresamente las disposiciones reglamentarias de esta Ley.

La publicidad dirigida a la población en general sólo se efectuará sobre medicamentos de libre venta y remedios herbolarios, y deberá incluirse en ella en forma visual, auditiva o ambas, según el medio de que se trate, el texto: Consulte a su médico, así como otras leyendas de advertencia que determine la Secretaría de Salud.

Ambas se limitarán a difundir las características generales de los productos, sus propiedades terapéuticas y modalidades de empleo, señalando en todos los casos la conveniencia de consulta médica para su uso.

- I. En televisión y radio sólo podrá difundirse a partir de las veintidós horas;
- II. En cine podrá difundirse únicamente en películas para adultos, correspondientes a las clasificaciones C y D.
- III. En ambos casos la publicidad deberá acatar las disposiciones que establece la ley, informando con claridad y precisión sobre el índice de riesgo que implica su uso en la transmisión de ITS y en la anticoncepción.

Transitorio

Único. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.