

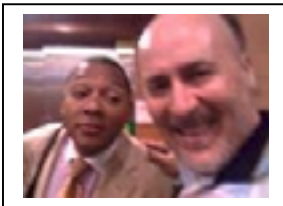


European Pharmaceutical Law Group

## **Reflexiones con Wynton Marsalis**

[\[Ver introducción a la serie de artículos\]](#)

### **Patentes y Responsabilidad Legal**



Miles Davis en el ocaso de su carrera dijo: “El Jazz está muerto”. Alguien como él podía permitirse decir esto o lo que hubiera querido. La enfermedad física que le acompañó en los últimos años de su existencia terrena atenuó y eximió esta afirmación.

De todas formas, la vida en general y en materia de genios en particular, te da sorpresas siempre y se encarga de poner las cosas en su justo sitio y medida, simplemente con la aparición de un nuevo genio que rebata cualquier opinión por importante que sea la anterior.

En este caso, a mi juicio, Wynton lo hizo con su maravilloso álbum “The Majesty of the blues”, grabado en Nueva York en 1988. Esta fue su única intención y ciertamente lo consiguió.

“En el vinilo está de nuevo presente el concepto ellingtoniano del Jazz, como expresión máxima del mismo, a la vez que nos enseña la sencilla estructura del Blues.

Este disco adquirió categoría por sí mismo para ser considerado unánimemente como imprescindible en la segunda mitad del siglo XX.

Los dos solos de trompeta que contiene nos muestran una generosa utilización de disonancias musicales impregnadas de tenso dramatismo y aires fresquísimos, que aclaran todas las dudas sobre la vivacidad total de esta música”<sup>1</sup>.

Haciendo una “entradita de swing” y cambiando el tercio, a la industria farmacéutica internacional (básicamente) y a sus directivos (gurús máximos) les pasa como a Miles y encima no son la mayoría genios como él. La realidad es que están bastantes enfermos en ideas, en especial sobre marketing estratégico que tanto parece interesarles.

El problema grave que tienen es que sólo se escuchan así mismos y lo que quieren oír, lo demás no les interesa en absoluto. Organizan reuniones, jornadas y foros como el de la semana pasada en Madrid (XI Foro de la Industria Farmacéutica), donde la consultora de turno utilizada les comunica delicadamente algunos problemas que ellos ya conocen pero sin herirles, no diciéndoles la verdad que podría ser esta: Dejen de mirarse la barriga y salgan a conocer la realidad. Así

---

<sup>1</sup> [www.apoloybaco.com](http://www.apoloybaco.com): The Majesty of the blues. Wynton Marsalis.

podrían volverse a ver sus zapatos y caminar de nuevo sin tropezar en sus errores persistentes.

Cualquier "children" se troncharía de risa al enterarse mínimamente de la temática de un foro así: "Reflexiones sobre el sector a partir de las aportaciones de directivos de Compañías Farmacéuticas". Pagan por escuchar sus ideas repetidas hasta la saciedad entre sí, desde por lo menos los Reyes Godos. (Es sabido que estos desaparecieron por primos, al no saber o querer identificar sus enemigos, objetivos y planteamientos futuros).

Algunos de los temas que preocupan al parecer a nuestros Directivos en un Foro como este, son del tipo: "Establecer relaciones con ciudadanos y pacientes. Desarrollar los modelos de Responsabilidad Social Corporativa. Control de la cadena de suministro hasta el paciente"<sup>2</sup>.

Entre sus principales conclusiones figura: "No existe una idea clara de actuación con los pacientes"<sup>2</sup>. Y como colofón y consideración final: "Aunque el motor de cambio importante sea el entorno regulador, la propia industria farmacéutica debe ser capaz de anticiparse al entorno modificando pautas y comportamientos tradicionales difíciles de abandonar"<sup>2</sup>.

Para este viaje no hacen falta alforjas. Yo mismo y el profesor de marketing estratégico, Jorge A. Hermida lo habríamos dicho sin cobrar. Este "crak" (argentino) lo lleva proclamando años en su tratado titulado: "Marketing para gigantes y pigmeos", en él lo borda con naturalidad y sencillez dignas de aplauso.

"La enseñanza básica para Uds. sean gigantes (megaempresas, megacompradores) o pigmeos (empresas pequeñas y medianas) desde el punto de vista comercial o de rentabilidad, es elegir nichos o segmentos de mercado y no los mercados en su totalidad. ¡Utilicen según les convenga tanto, las 'comodities' como el 'marquismo' "<sup>3</sup>.

No sean tan ambiciosos, dedíquense a lo suyo. Dejen en paz a los ciudadanos y pacientes. No simulen su interés nada creíble. No financien a Asociaciones y Foros de pacientes, ya se organizarán en el futuro por su propia cuenta. Es comprensible que esto no les interese. Si quisieran persistir no obstante en este objetivo, deben seguir otro camino más auténtico: No se preocupen tanto por las patentes farmacéuticas y sí por la verdadera responsabilidad legal, (civil contractual e incluso penal).

A los ciudadanos, la patente auténtica de producto o procedimiento del tipo que sea y que nos beneficie la salud, es la única que nos puede interesar, aunque de estas desgraciadamente existen cada vez menos.

La batalla legal confusa e interesada entre Uds. sobre la aplicación en España del artículo 70 del Acuerdo Europeo sobre Derechos de la propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), respetuosamente, y de forma coloquial: Nos la pela a la mayoría. ¡Creen patentes de verdad y saludables!.

No se quejen, ni lloren tanto sistemáticamente como estrategia. Nos empezamos a dar cuenta y esto no les beneficiará en el futuro.

---

<sup>2</sup> ACTA SANITARIA:24-4-2.008, "El pulsometro de la industria farmacéutica".

<sup>3</sup> Hermida, Jorge, A.: "Marketing para gigantes y pigmeos". Argentina. Ediciones Machi,1994, pág. 233 pp.

“Pocos sectores industriales han conseguido afianzar mejor en la población la falacia de la necesidad de su monopolio. El análisis económico en este sentido, de los últimos años, da como ejemplo que en la industria farmacéutica, la patente ha resultado desincentivadora para la innovación.

Los estudios económicos al respecto, prueban que el sistema de patentes farmacéuticas a lo que ha llevado ha sido a la generación de una costosísima industria improductiva y altamente concentrada:

Las patentes no han financiado la innovación y el I+D, sino el marketing y la concentración monopolista”<sup>4</sup>.

Todo esto no lo digo yo, sino más bien gente muy acreditada, como Michelle Boldrin y David K. Levine (Universidad de UCLA) y de aquí, como X. Barrutia y Patxi Zabalo (Universidad del País Vasco).

Estos últimos (al ser vascos, aunque no sé si de Bilbao -en cuyo caso se entendería todavía más claro-) lo dicen con sencillez: “El gasto de marketing es un elevado coste fijo, que, al igual que la investigación, dificulta la entrada de nuevas empresas en el sector y facilita el monopolio”<sup>4</sup>.

Quizás hay que acabar ya con el actual sistema de patentes farmacéuticas, centrada estratégicamente en un costosísimo control de los canales de prescripción y el asalto mediante lobbies de la instituciones reguladoras, EMEA y FDA, financiadas por cierto en más del 75% por la propia gran industria.

El sistema les ha funcionado hasta ahora, pero hay que cambiarlo pues está muerto de verdad, no como decía el bueno de Miles .

Tómense interés de verdad por un nuevo escenario en salud. Patentes, sí, pero responsabilidad legal también. Ya está bien de Leyes de consumidores y de productos defectuosos acumuladas, como la actual española, que nos acaban de colar una vez más a los ciudadanos.

Los que juegan a la ruleta rusa con los medicamentos y nos perjudican la salud deben pagar por sus acciones y omisiones (hay demasiados casos ya).

Si no lo hacen, no nos torturen más con apariencias y mezquindades, haciéndonos creer lo contrario. La prensa y su “VALOR DEL MEDICAMENTO” no dan para más. La verdad puede mucho y se irá imponiendo aunque lenta e inexorablemente a favor del ciudadano. El escenario actual es falso y patético.

Me dice Wynton que hoy no ha querido ni aparecer. El tema todavía le crea opiniones encontradas, pues él es músico y empresario y los “TOP MANTA” le perjudican bastante. La patente es la patente y da su dinerito.

De todas formas bueno sería -y por interceder- que seamos todos más claros en nuestros intereses y no nos confundamos estratégicamente en nuestros objetivos y planteamientos a los demás.

Él ya quiso hacer algo parecido en una canción que le gustó mucho en su día, “Carnival Of Venice”, no siendo muy entendida su intención de agradar.

[manuel.amarilla@eupharlaw.com](mailto:manuel.amarilla@eupharlaw.com)

---

<sup>4</sup> [www.deugarte.com](http://www.deugarte.com): “Un mundo sin patentes: La industria farmacéutica”. (17-10-2005)

---

**Otras Reflexiones:**

1. Prescripción enfermera
2. Güemes, Lame,La E.S.P.P.E.
3. Educación para la Ciudadanía “For Ever”
4. El retorno de las vacas locas