

**DECRETO XX/2023, de XX de diciembre de 2023, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón.**

El artículo 71. 55ª del Estatuto de Autonomía de Aragón atribuye a la Comunidad Autónoma competencia exclusiva en materia de sanidad y salud pública, en especial, la organización, el funcionamiento, la evaluación, la inspección y el control de centros servicios y establecimientos sanitarios.

Por su parte, el artículo 77. 1ª del Estatuto de Autonomía, prevé la competencia ejecutiva de la Comunidad Autónoma de Aragón en materia de gestión de la asistencia sanitaria de la Seguridad Social.

La Ley 6/2002, de 15 de abril, de Salud de Aragón, señala en su artículo 1.1 que la misma tiene por objeto la regulación general de todas las acciones que permitan hacer efectivo el derecho a la protección de la salud reconocido en los artículos 43 y concordantes de la Constitución.

Igualmente, la Ley 6/2002 regula en su Título V la ordenación del Sistema de Salud de Aragón, en el que se integra y se articula funcionalmente el conjunto de actividades, servicios y prestaciones que tienen por finalidad la promoción y protección de la salud, la prevención de la enfermedad y la asistencia sanitaria en los casos de pérdida de la salud, asimismo recoge en el artículo 29 apartado i) como actuaciones del Sistema de Salud de Aragón el control de la publicidad sanitaria.

Mediante Decreto 240/2005, de 22 de noviembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón, (BOA de 14 de diciembre de 2005), se reguló el ejercicio de esta competencia.

Habiendo transcurrido más de 15 años desde el inicio de su vigencia, se han sucedido cambios de relevancia del marco normativo europeo, estatal y autonómico que afectan al objeto del Decreto, tanto a nivel general como sectorial. Tanto dichos cambios, como la experiencia acumulada durante los años de su aplicación, ponen de manifiesto la necesidad de actualizar la legislación autonómica relativa a la publicidad sanitaria.

Cabe destacar, entre dichos cambios normativos, los siguientes:

- Ley 29/2009, por la que se modifica el Régimen Legal de Competencia Desleal y de la Publicidad para la mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios. Esta Ley realiza la transposición al ordenamiento interno español de la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa, y la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas y sus relaciones con los consumidores en el mercado interior; modificando la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal y la Ley 24/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo.

- Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.

El artículo 42 del texto refundido de la Ley del Presidente o Presidenta y del Gobierno de Aragón, aprobado por Decreto Legislativo 1/2022, de 6 de abril dispone que la iniciativa para la elaboración de reglamentos corresponda a los miembros del Gobierno en función de la materia.

El Decreto 122/2020, de 9 de diciembre, del Gobierno de Aragón, aprueba la actual estructura orgánica del Departamento de Sanidad y del Servicio Aragonés de Salud, figurando, entre otras, las funciones de la Dirección General de Asistencia Sanitaria. En dicha Dirección General se incardina el Servicio de Evaluación y Acreditación, a quien corresponde, entre otras, la regulación, control y vigilancia de la publicidad sanitaria.

El presente Decreto tiene, por tanto, el objeto de establecer un nuevo marco regulador de la publicidad sanitaria que se realiza en el ámbito de esta Comunidad Autónoma, que sustituya al que hasta ahora venía determinado por el Decreto 240/2005, de 22 de noviembre del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de la publicidad sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón.

El texto del Decreto se estructura en los siguientes Capítulos:

- El Capítulo I recoge las Disposiciones Generales, incluyendo objeto, definición, principios informadores de la Publicidad Sanitaria y ámbito de aplicación con sus excepciones.
- En el Capítulo II trata de la Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón, regulando su composición y funciones.
- El Capítulo III trata el régimen general de la Autorización Administrativa, incluyendo los Criterios para la difusión de los mensajes publicitarios
- La inscripción de los anuncios y contenidos publicitarios en el Registro de Publicidad Sanitaria se regula en el Capítulo IV.
- El Capítulo V fija el régimen de infracciones y sanciones.
- Disposición derogatoria
- Disposición transitoria
- Disposiciones finales

En ejercicio de la competencia otorgada con carácter general por la Ley 6/2002, de 15 de abril, de Salud de Aragón, que en su Disposición Final Cuarta faculta al Gobierno de Aragón para que dicte las normas de carácter general y reglamentario necesarias para el desarrollo y aplicación de la Ley, se hace necesario establecer la normativa para regular la autorización de Publicidad Sanitaria en Aragón.

En su virtud, a propuesta de la Consejera de Sanidad, de conformidad con el Dictamen del Consejo Consultivo del Gobierno de Aragón, y previa deliberación del Gobierno de Aragón en su reunión del día XX de XX de 2023,

## **DISPONGO:**

### **Capítulo I. Disposiciones Generales**

#### **Artículo 1. Objeto.**

1. El presente Decreto tiene por objeto regular la Publicidad Sanitaria realizada por los centros, servicios y establecimientos sanitarios autorizados en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Aragón, así como la participación de los Colegios Profesionales del ámbito sanitario en el procedimiento de autorización de dicha publicidad.
2. Asimismo, tiene por objeto regular las cuestiones concernientes a la inscripción y registro de las autorizaciones de publicidad sanitaria en el Registro de Publicidad Sanitaria regulado en los artículos 21 al 24 de este Decreto, así como la gestión del mismo.

#### **Artículo 2. Definición de publicidad sanitaria.**

1. A los efectos del presente Decreto, se entenderá por «Publicidad Sanitaria» toda forma de comunicación, dirigida al público en general, tendente a promover directa o indirectamente la contratación de actividades, productos o servicios prestados por profesionales de la salud, en centros, servicios y establecimientos sanitarios, en los términos recogidos por el Decreto 106/2004, de 27 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de centros y servicios sanitarios en Aragón y por el Decreto 24/2005, de 8 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de los establecimientos sanitarios dedicados a las actividades de óptica, ortopedia y audioprótesis en Aragón.

#### **Artículo 3. Principios informadores de la Publicidad Sanitaria**

1. La Publicidad Sanitaria se regirá por los principios generales que han de regir toda actividad publicitaria y en concreto por los de objetividad, autenticidad y lealtad.
2. La información, promoción y publicidad, tanto si se dirige a los profesionales de la salud como a la población en general, se ajustará a criterios de veracidad y no inducirá al consumo.
3. La oferta, promoción y publicidad de los productos, servicios o actividades se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad.
4. Los centros, establecimientos y servicios no sanitarios, así como cualquier persona física o jurídica que no pertenezca al ámbito de los centros, establecimientos y servicios sanitarios, no podrán utilizar en su publicidad términos que sugieran la realización de cualquier tipo de actividad sanitaria o que puedan inducir a error sobre ello a los usuarios.

#### **Artículo 4. Ámbito de aplicación**

1. La Publicidad Sanitaria que se realice en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Aragón por los centros, servicios y establecimientos definidos en el artículo 1, quedará sujeta a la autorización administrativa, control y vigilancia, del Gobierno de Aragón.

2. No será de aplicación este Decreto a las Oficinas de Farmacia y los Botiquines Farmacéuticos en virtud de lo dispuesto en la Ley 4/1999, de 25 de marzo, de Ordenación Farmacéutica para Aragón.

#### **Artículo 5. Excepciones.**

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, los medicamentos y productos sanitarios, sólo podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en su normativa específica que los regulan.
2. Las campañas publicitarias autorizadas por el Ministerio de Sanidad, podrán ser difundidas sin necesidad de autorización administrativa previa por el Gobierno de Aragón.

### **Capítulo II. Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón**

#### **Artículo 6. Comisión consultiva de Publicidad.**

La Comisión consultiva de Publicidad es un organismo administrativo consultivo dependiente del Departamento Competente en materia de salud, que fue creado por el Decreto 240/2005 de 22 de noviembre del Gobierno de Aragón, y cuya regulación se incorpora y actualiza en el presente Decreto debido al papel importante que tiene en el establecimiento de criterios para el control de la publicidad sanitaria.

#### **Artículo 7. Composición de la Comisión.**

1. La Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón estará integrada por las personas que ocupan los siguientes puestos:
  - a) La persona que ocupa la Dirección General competente en materia de Publicidad Sanitaria, que actuará como Presidente.
  - b) La persona que ocupa la Jefatura de Servicio con competencia en Publicidad sanitaria que actuará como Vicepresidente, sustituyendo al Presidente en caso de ausencia, vacante o enfermedad.
  - c) Una persona funcionaria de la Dirección General competente en Publicidad Sanitaria que realizará funciones de Secretaría, sin voz, ni voto
  - d) Una persona funcionaria competente en materia de autorización de centros y servicios sanitarios de la Dirección General competente en Publicidad Sanitaria
  - e) Una persona funcionaria competente en materia de autorización de establecimientos sanitarios de la Dirección General competente en Publicidad Sanitaria
  - f) Una persona funcionaria de la Dirección General competente en Consumo.
  - g) Una persona funcionaria de la Dirección General competente en Salud Pública.
  - h) Un representante de cada uno de los servicios provinciales competentes en materia de inspección y autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios.
  - i) Un vocal por cada uno de los Colegios Oficiales de las diferentes Profesiones Sanitarias establecidos en el ámbito de la Comunidad Autónoma. El Consejero competente en materia de salud nombrará y removerá a los vocales a propuesta de los Colegios Profesionales. En el caso de existir varios Colegios oficiales de una determinada profesión

Sanitaria, su representante se distribuirá de forma rotatoria entre los diferentes Colegios.

#### **Artículo 8. Régimen de funcionamiento.**

1. La Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón se ajustará, en su funcionamiento, a lo dispuesto para los órganos colegiados en el Capítulo II del Título Preliminar de la Ley 40/2015 de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y del artículo 23 y siguientes de la Ley 5/2021, de 29 de junio, de Organización y Régimen Jurídico del Sector Público Autonómico de Aragón.
2. Se reunirán al menos dos veces al año y en cuantas ocasiones sean convocadas por su Presidente ya sea por iniciativa propia, o ante el requerimiento de un asunto importante por parte de alguno de los integrantes de la Comisión, si el tema no se puede demorar hasta la siguiente reunión ordinaria.

#### **Artículo 9. Funciones de la Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón.**

Corresponden a la Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón las siguientes funciones:

- a) Proponer criterios generales de actuación encaminados a facilitar y homogeneizar las acciones de control, vigilancia y tramitación de solicitudes de autorización administrativa previa.
- b) Proporcionar asesoramiento técnico en las materias relativas al control y vigilancia de la Publicidad Sanitaria.
- c) Seguimiento de las actuaciones de control de la publicidad sanitaria.

### **Capítulo III. Procedimiento para la obtención de la autorización de publicidad sanitaria.**

#### **Artículo 10. Competencia y ámbito de la autorización.**

1. Corresponde a la Dirección General competente según el Decreto de Estructura del Departamento de Sanidad otorgar la autorización administrativa de aquellos mensajes publicitarios que, de manera total o parcial, tengan su ámbito de influencia en la Comunidad Autónoma de Aragón.
2. El trámite se llevará a cabo a través del Servicio Provincial de Sanidad competente por razón del domicilio del anunciante o del ámbito territorial de la publicidad.
3. La autorización concedida tendrá validez y eficacia en todo el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón.
4. El solicitante es el titular del centro, servicio o establecimiento objeto de publicidad, ya sea persona jurídica o física o cuando exista delegación expresa del titular, las agencias o medios de comunicación y/o publicidad.

### **Artículo 11. Requisitos para obtener la autorización.**

1. Será requisito indispensable para obtener la autorización de publicidad sanitaria, que el centro/establecimiento/unidad que se publicite esté autorizada para su funcionamiento conforme a la normativa correspondiente e inscrita en el Registro de Centros, Servicios y Establecimientos Sanitarios de Aragón
2. No se podrán publicitar servicios que no consten como autorizados en la resolución de autorización de un centro, servicio o establecimiento sanitario.

### **Artículo 12. Criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.**

Sin perjuicio del sometimiento a normas generales o a los **Criterios que se consensúan por la Comisión de Publicidad Sanitaria**, la publicidad sanitaria definida en el artículo 2 de este Decreto deberá observar los siguientes criterios generales en la difusión de los mensajes:

1. Identificar con toda claridad, rigor y precisión, y de forma objetiva, la actividad, el producto o servicio al que se refiere no dejando dudas sobre su verdadera naturaleza. Respecto a la utilización del nombre comercial del centro, servicio o establecimiento sanitario, este no podrá inducir a error ni ser susceptible de confundir sobre la prestación de otro producto, servicio o actividad sanitaria diferente a la realizada por el centro, servicio o establecimiento sanitario.
2. Utilizar textos claramente legibles, audibles y comprensibles en su integridad, evitando términos complejos que sugieran de forma engañosa o exagerada, cualidades o propiedades no suficientemente demostradas o que puedan suponer confusión con otros productos, servicios o actividades. Deberá utilizarse una letra uniforme en todo el anuncio y quedará excluida la letra pequeña. En el caso de publicidad audiovisual, los contenidos deberán ser legibles y/o audibles en un tiempo ajustado para su comprensión.
3. No se podrá efectuar publicidad a través de cualquier medio de difusión, formato, imagen o sonido que pueda atentar contra la dignidad, ética, seriedad y rigor del ejercicio de las profesiones sanitarias o puedan dañar la figura del profesional sanitario frente a los ciudadanos.
4. No se podrán ofrecer productos, actividades o servicios a los que se les atribuya cualidades, características o resultados que difieran de los que realmente tengan o que de cualquier forma sean susceptibles de inducir a error a las personas a las que se dirige.
5. No se podrán emitir mensajes en los que se ofrezcan ventajas comparativas frente a determinados productos, actividades o servicios de otros competidores.
6. Deberán incluirse en los mensajes, la advertencia y precauciones que sean necesarias para informar al destinatario de los efectos indeseables o riesgos derivados de la utilización normal del producto, actividad o servicio anunciado.
7. En los mensajes publicitarios, sólo podrán utilizarse referencias a reducciones o descuentos en el precio de los productos, actividades o

servicios que se publicitan, siempre y cuando no se hagan en comparación a otros productos, actividades o servicios determinados.

8. No podrán incluirse menciones a regalos, ofertas o ventajas en el precio que puedan incitar al usuario al consumo de esos productos, actividades o servicios publicitados por razones económicas, tales como, facilidades en el procedimiento de pago, mecanismos de financiación propia o ajenos, referencias a precios parciales o incompletos, presupuesto o eliminación de gastos adicionales.
9. Cualquier información sobre el precio de un producto, actividad o servicio deberá hacer mención al precio final completo que comporta su aplicación o prestación, incluyendo impuestos.
10. No podrán suscitar expectativas en términos de salud que no puedan ser satisfechas, quedando prohibida la mención a la garantía de por vida.
11. No podrán contener afirmaciones que no puedan ser probadas científicamente.
12. No podrán inducir al abandono de prescripciones o tratamientos preventivos o terapéuticos ni considerar como indiferente o negativo la consulta a otros profesionales sanitarios.
13. Efectos nocivos: Cuando las actividades de índole publicitaria reguladas por este Decreto, contengan referencias a la utilización de productos, deberán hacerse constar las consecuencias nocivas para la salud que puedan derivarse, en su caso, de la utilización normal de los mismos.
14. La publicidad no podrá incluir mensajes que:
  - a. Atribuyan a la actividad sanitaria, un carácter superfluo especialmente ofreciendo un diagnóstico o aconsejando un tratamiento por correspondencia o sin la intervención de un profesional sanitario competente en la materia.
  - b. Sugieran que el resultado está asegurado, que carece de efectos secundarios o que es superior o igual al de otro tratamiento, técnica u otra actividad sanitaria.
  - c. Se dirijan, exclusivamente o principalmente a personas menores de edad.
  - d. Se refieran a una recomendación que hayan formulado científicos, profesionales de la salud o personas famosas que puedan, debido a su notoriedad, incitar al consumo.
  - e. Equiparen la actividad sanitaria publicitada con un tratamiento estético o cualquier otro producto de consumo sin otorgarle la calidad de actividad sanitaria.
  - f. Hagan referencia o contenga testimonios de curación o mejoría de la salud tras la asistencia recibida.
  - g. Utilicen de forma abusiva, alarmante o engañosa, representaciones visuales de las alteraciones del cuerpo humano producidas por enfermedades o lesiones.
  - h. Tengan mensajes que incluyan alusiones a métodos, técnicas o actividades sanitarias que no tengan una base científica probada, o afirmaciones que no pueden ser probadas científicamente.
  - i. Tengan mensajes que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.

- j. Hagan referencia a autoridades sanitarias o recomendaciones que hayan formulado científicos, profesionales de la salud u otras personas que puedan, debido a su notoriedad, incitar al consumo. Tampoco se podrá utilizar la imagen de profesionales sanitarios en dicha publicidad.
  - k. Hagan referencia a la condición de "especialista" por parte del profesional sanitario si no tuviese la titulación oficial correspondiente.
  - l. Utilicen símbolos identificativos o el nombre de cualquier autoridad sanitaria u organización colegial profesional.
  - m. Utilicen símbolos, logos, rótulos o palabras identificativos de centros, servicios o establecimientos sanitarios debidamente autorizados que puedan inducir a error o confusión al consumidor o paciente sobre la verdadera naturaleza de la actividad sanitaria objeto de publicidad.
15. Queda expresamente prohibido a todos los profesionales sanitarios y a sus asociaciones o corporaciones, amparar ningún tipo de promoción comercial o publicidad, dirigida al público en que, con su nombre, profesión, especialidad, cargo o empleo, respalden utilidades preventivas terapéuticas y de rehabilitación o de cualquier otra finalidad sanitaria.
16. Los medios de comunicación social que emitan o inserten publicidad y se ubiquen en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón, no podrán incluir la Publicidad Sanitaria que precise autorización a que se refiere este Decreto, si no va precedida de la correspondiente acreditación y autorización administrativa del Gobierno de Aragón, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 5.2.
17. En toda publicidad sanitaria, deberá figurar la Identificación del Número de Registro de Publicidad Sanitaria concedida, siempre que el soporte lo permita.

### **Artículo 13. Solicitud de autorización**

1. Será requisito indispensable para poder realizar la actividad de Publicidad Sanitaria la obtención de la correspondiente autorización administrativa previa.
2. Los anunciantes, o cuando exista delegación expresa, las agencias, al efecto, de publicidad, deberán solicitar la autorización administrativa, acompañando los textos, imágenes, modelos y demás datos que en cada caso se consideren oportunos.
3. Las solicitudes de autorización se dirigirán a la Dirección del Servicio Provincial de Sanidad en cuyo ámbito territorial se ha de desarrollar la actividad.
4. Las solicitudes serán presentadas en dichos Servicios Provinciales o por cualquiera de los medios establecidos en el punto 4 del artículo 16 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y se podrán tramitar telemáticamente a través de:

<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/autorizacion-publicidad-sanitaria>

En este link se incluye la documentación necesaria para presentar para iniciar el trámite

#### **Artículo 14: *Interesados.***

A los efectos de lo dispuesto en el artículo 12, tienen la condición de interesados los anunciantes, según la definición dada por el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, quienes podrán actuar por sí o mediante representante.

#### **Artículo 15. *Informes.***

1. Recibida la solicitud a través del Servicio Provincial de Sanidad correspondiente, la Sección competente, estudiará la documentación aportada al objeto de comprobar si reúne los requisitos establecidos en este Decreto, en especial lo contenido en el artículo 11 del presente Decreto.
2. Las solicitudes de autorización deberán ir acompañadas de los informes de los Colegios Profesionales afectados en los que se efectuará una valoración sobre su contenido, en especial sobre los contenidos del Artículo 12 del presente Decreto. Estos informes serán preceptivos, pero no vinculantes.
3. Si la documentación aportada no reuniera los requisitos establecidos en el articulado del presente Decreto, se requerirá al interesado para que, en un plazo no superior a un mes, subsane la falta o acompañe los documentos exigidos, plazo que podrá ser ampliado hasta diez días a petición del interesado o a iniciativa del responsable de la tramitación del expediente, con indicación de que, si así no lo hiciera se le tendrá por desistido en su petición, previa resolución dictada en los términos establecidos en el artículo 21 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas. En caso de que el interesado no aportara esta documentación en el plazo correspondiente, se procederá sin más trámite al archivo del expediente.
4. El órgano competente podrá, a la vista de los anuncios presentados, ordenar que se efectúen las comprobaciones que se estimen oportunas con el fin de verificar la autenticidad de lo expresado en ellos, en aras de garantizar la salud pública, así como, solicitar los informes complementarios que estime oportuno.

#### **Artículo 16. *Resolución.***

1. La autorización concedida por la Dirección General competente, se efectuará en función de la observancia de los principios y reglas de competencia leal y veracidad, así como de los que se establezcan en la legislación general de sanidad y publicidad y en los criterios de aplicación establecidos y aprobados por la Comisión Autonómica de Publicidad.
2. Será requisito imprescindible para otorgar la referida autorización, acreditar que el mencionado centro, servicio o establecimiento sanitario, dispone de las correspondientes autorizaciones administrativas y de instalación y funcionamiento, de acuerdo con lo establecido en el Decreto 106/2004, de 27 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de centros y servicios sanitarios en Aragón y en el Decreto 24/2005, de 8 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de los establecimientos sanitarios dedicados a las actividades de óptica, ortopedia y audioprótesis en Aragón.
3. La denegación de solicitudes de autorización, deberá ser motivada. El Director General competente notificará al solicitante de la autorización, la concesión o denegación de la misma, así como el número de registro dado, caso de su otorgamiento.

4. Transcurrido el plazo de tres meses, contados a partir de la presentación de la solicitud de autorización, sin resolución expresa notificada al interesado, se entenderá estimada la misma por silencio administrativo.

#### **Artículo 17. Validez y resolución de las autorizaciones.**

1. Las autorizaciones de publicidad sanitaria concedidas permanecerán vigentes para la actividad autorizada, sin necesidad de renovación, siempre y cuando la misma se mantenga publicitando en los mismos términos y condiciones de formato, leyendas, imágenes o medios de difusión que motivaron el otorgamiento de su autorización.
2. En el caso de que se introduzcan cambios sustanciales en el mensaje deberá solicitarse nuevamente la autorización administrativa.
3. De dicha modificación se realizará su correspondiente asiento marginal en el Registro de Publicidad Sanitaria, conforme a lo previsto en el artículo 21, siendo notificado de ello el interesado.
4. La Administración podrá revocar las autorizaciones administrativas de Publicidad Sanitaria concedidas, previo informe de la Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón en los supuestos siguientes:
  - a) Incumplimiento de las condiciones de la autorización administrativa.
  - b) Desaparición de las circunstancias que motivaron su otorgamiento o que sobrevengan otras que de haber existido, habrían justificado la denegación.
  - c) Adopción por razón de interés público, de nuevos criterios de apreciación.

#### **Artículo 18. Condiciones en la autorización.**

La Administración podrá condicionar la autorización a la introducción de leyendas en el mensaje publicitario que puedan ser aclaratorias para el consumidor.

#### **Artículo 19. Control.**

El ejercicio de las funciones de control de la Publicidad Sanitaria corresponderá a la Dirección General competente en materia de Salud.

#### **Artículo 20. Recursos.**

Contra las resoluciones de la Dirección General competente, podrá interponerse recurso de alzada en el plazo de un mes desde su notificación ante el Consejero competente en materia de Salud.

Las resoluciones de los recursos de alzada podrán ser recurridas potestativamente en reposición ante el mismo órgano que los hubiera dictado o ser impugnados directamente ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo en el plazo de dos meses desde su notificación.

## **Capítulo IV. Registro de Publicidad Sanitaria**

### **Artículo 21. Registro de Publicidad Sanitaria.**

1. Los anuncios y contenidos publicitarios autorizados, las incidencias que afecten a las mismas durante el tiempo de su vigencia, así como las bajas, serán objeto de inscripción en el Registro de Publicidad Sanitaria, con sede en la Dirección General competente en publicidad. Los registros serán públicos.
2. Este registro de Publicidad Sanitaria Autonómico recogerá las anotaciones existentes en los registros provinciales de publicidad sanitaria existentes en la actualidad. Se da un plazo de un año para la adecuación de este nuevo registro a partir de la fecha de publicación de este Decreto.
3. Serán objeto de inscripción en el Registro al que se refiere el artículo anterior las autorizaciones administrativas de Publicidad Sanitaria.

### **Artículo 22. Tipos de inscripciones.**

1. Las inscripciones a practicar podrán ser:
  - a) **De autorización.** En las que deberá hacerse constar la fecha de solicitud de la autorización administrativa, así como la fecha de concesión y el número de registro de la misma.
  - b) **Marginales.** Se hará constar cualquier tipo de incidencia que se considere de interés.
  - c) **De baja.** Se fijará la fecha en la que finaliza la vigencia de la autorización otorgada, así como el motivo de esa finalización.
2. Las citadas inscripciones se practicarán, de oficio, por el encargado del Registro.

### **Artículo 23. Gestión del registro.**

La Dirección General competente gestionará el Registro Autonómico de Publicidad Sanitaria de Aragón. A este registro deberán poder acceder las secciones que intervienen en el proceso administrativo de Autorización de centros/servicios y Establecimientos Sanitarios. Los intervinientes en la gestión del registro realizarán las siguientes funciones:

- a) Inscribir, con su correspondiente número de registro, las autorizaciones concedidas, así como las modificaciones, revocaciones y los ceses que en relación a las mismas se produzcan.
- b) Expedir certificaciones, comunicaciones o cualesquiera otros escritos que resulten necesarios con ocasión del ejercicio de las funciones que tiene encomendadas.
- c) Velar por el buen funcionamiento del Registro y custodiar adecuadamente los textos, datos, soportes electrónicos y demás materiales objeto de inscripción.
- d) Elaborar un Informe anual sobre el funcionamiento del Registro, que será publicado en el Portal de la Transparencia del Gobierno de Aragón.

## **Artículo 24. Acceso a los Registros de Publicidad Sanitaria.**

El acceso al Registro Autonómico de Publicidad Sanitaria se solicitará por escrito y conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, así como su normativa de desarrollo, así como a la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y la Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón.

## **Capítulo V. Procedimiento sancionador.**

### **Artículo 25. Sujetos responsables.**

A efectos de lo dispuesto en el presente Decreto, se considerarán responsables de la actividad publicitaria regulada en el mismo los anunciantes, las agencias de publicidad, en el caso de que exista delegación expresa del anunciante, así como las empresas titulares de los medios de comunicación social en los que se haya efectuado la misma, en cuanto a lo dispuesto en el artículo 12 apartado 17 de este Decreto.

### **Artículo 26. Suspensión de la actividad publicitaria.**

De conformidad con el artículo 37 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad la difusión de mensajes publicitarios a los que se refiere este Decreto, sin la previa autorización de publicidad sanitaria o con el incumplimiento de cualquiera de los requisitos contemplados en el mismo, podrá dar lugar a la suspensión de la actividad publicitaria hasta que se subsanen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos, no teniendo tal medida carácter de sanción.

### **Artículo 27. Infracciones y sanciones.**

1. Sin perjuicio de otra normativa sectorial que pudiese resultar de aplicación, los incumplimientos de lo dispuesto en este Decreto tendrán carácter de infracciones de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, en la Ley 6/2002, de 15 de Abril, de Salud de Aragón, en la Ley 8/ 1997, de 30 de octubre, del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón y en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que pudieran derivarse.

2. Las sanciones a imponer por incumplimiento de la normativa sanitaria son las establecidas en el capítulo VI del título I de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad y serán, en todo caso, independientes de las medidas de policía sanitaria que, en defensa de la salud pública, puedan adoptar las autoridades competentes. Todo ello sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que, en su caso, pudieran concurrir.

3. El procedimiento sancionador se instruirá conforme a lo establecido en el Decreto 28/ 2001, de 30 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora de la Comunidad Autónoma de Aragón y de acuerdo con los principios por los que se rige la potestad sancionadora y el procedimiento sancionador, que a tal efecto se

establecen en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

4. La competencia para imponer sanciones por infracciones tipificadas en las leyes cometidas dentro del ámbito de la publicidad sanitaria, se distribuirá de la siguiente forma:

- a) La persona titular de la Dirección General de Asistencia Sanitaria del Departamento de Sanidad tendrá atribuida la competencia para imponer sanciones hasta 3.005'06 euros.
- b) La persona titular del Departamento de Sanidad, tendrá atribuida la competencia para imponer sanciones desde 3.005'07 hasta 15.025'30 euros.
- c) El Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de Aragón será competente para imponer sanciones cuando sobrepasen la cuantía de 15.025'30 euros.

5. Una vez incoado el procedimiento sancionador, el órgano competente para resolver podrá adoptar en cualquier momento, mediante acuerdo motivado, aquellas medidas de carácter provisional que resulten necesarias para garantizar el buen fin del procedimiento, la eficacia de la resolución que pudiera recaer o las exigencias derivadas de los intereses generales, así como para evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción. En caso de urgencia inaplazable, las medidas provisionales podrán ser adoptadas por el órgano competente para acordar el inicio del procedimiento o por su instructor.

Las medidas de carácter provisional que pueden adoptarse son, entre otras, las siguientes:

- a. La cesación de la publicidad
- b. La clausura temporal, parcial o total, de las instalaciones o del establecimiento o servicio de que se trate.
- c. La suspensión temporal del título administrativo legitimador del ejercicio de la actividad.
- d. La adopción de medidas de corrección, seguridad o control que impidan la continuación en la producción del riesgo o del daño a la salud pública.

#### **Disposición Derogatoria.**

Queda derogado el Decreto 240/2005, de 22 de noviembre del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de la publicidad sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón. y cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en este Decreto.

#### **Disposición transitoria**

Los tres registros provinciales de publicidad sanitaria mantendrán su funcionamiento mientras se configura el nuevo registro de publicidad sanitaria autonómico.

#### **Disposiciones Final Primera. *Habilitación de desarrollo***

Se faculta al titular del Departamento de Sanidad para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución del presente Decreto.

**Segunda. Entrada en vigor**

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de Aragón».

En Zaragoza, a fecha de firma

El Presidente del Gobierno de Aragón, JAVIER LAMBAN MONTAÑÉS

La Consejera de Sanidad, SIRA RIPOLLÉS LASHERAS

BORRADOR