



3. La tramitación 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.

4. La autorización concedida tendrá validez y eficacia en todo el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón.

5. El solicitante será 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, servicio o establecimiento que se publicite esté autorizado para su funcionamiento conforme a la normativa correspondiente e inscrito 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 consensuados 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 las advertencias 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.

9. Cualquier información sobre el precio y formas de pago (financiación) de un producto, actividad o servicio deberá hacer mención al precio final completo que comporta su aplicación o prestación, incluyendo impuestos. El precio final del producto, actividad o servicio publicitado deberá ser claro, no pudiéndose dar precios parciales o incompletos, ni ocultar gastos adicionales.

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 con-



secuencias 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) Equiparen la actividad sanitaria publicitada con un tratamiento estético o cualquier otro producto de consumo sin otorgarle la calidad de actividad sanitaria.
- e) Hagan referencia o contengan testimonios de curación o mejoría de la salud tras la asistencia recibida.
- f) Utilicen de forma abusiva, alarmante o engañosa representaciones visuales de las alteraciones del cuerpo humano producidas por enfermedades o lesiones.
- g) 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.
- h) Tengan mensajes que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.
- i) 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.
- j) Hagan referencia a la condición de “especialista” por parte del profesional sanitario si no tuviese la titulación oficial correspondiente.
- k) Utilicen símbolos identificativos o el nombre de cualquier autoridad sanitaria u organización colegial profesional.
- l) 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.

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 competente.

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>.

5. Las solicitudes de autorización deberán ir acompañadas de los informes de los Colegios Profesionales relacionados con la materia de publicidad cuya solicitud haya sido instada, 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.

Artículo 14. *Interesados.*

A los efectos de lo dispuesto en el artículo 13, los anunciantes, según la definición dada por el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que podrán actuar por sí o mediante representante, tendrán la condición de interesados.

Artículo 15. *Instrucción.*

1. Recibida la solicitud en el Servicio Provincial de Sanidad correspondiente, la Sección competente en autorización de centros y servicios sanitarios o de establecimientos sanitarios, 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. 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 diez días,