

## I. DISPOSICIONES GENERALES

### CONSELLERÍA DE SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES

*Decreto 97/1998, de 20 de marzo, por el que se regula la publicidad sanitaria en la Comunidad Autónoma de Galicia.*

El Estatuto de autonomía para Galicia, Ley Orgánica 1/1981, del 6 de abril, atribuye a la Comunidad Autónoma competencia exclusiva en materia de publicidad, sin perjuicio de las normas dictadas por el Estado para sectores y medios específicos.

En el ámbito de la publicidad sanitaria o Real decreto 1634/1980, de 31 de julio, sobre transferencias de la Administración del Estado en materia de trabajo, industria, comercio, sanidad, cultura y pesca, transfirió a la Comunidad Autónoma, en el artículo 33, el control de la publicidad a la que se refiere el Real decreto 2827/1977, de 6 de octubre, de visados de publicidad médico-sanitaria.

Consecuentemente, los decretos autonómicos 65/1987, de 17 de marzo, y el Decreto 177/1988, regularon la obtención de estos visados, hasta el Decreto 273/1990, de 27 de abril, de publicidad sanitaria, que deroga la normativa anterior, aunque manteniendo los criterios del actualmente derogado Decreto 2827/1977, de 6 de octubre. La autorización administrativa previa exigía para toda forma de publicidad, dirigida a promover la contratación, directa o indirecta de bienes, derechos, obligaciones y servicios, que realizasen las personas físicas y jurídicas que se enumeraban en el artículo 2; lo que podría entorpecer un sector especialmente dinámico como es el de la publicidad. La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad, por el contrario, admitió en su artículo 8, que la publicidad de materiales o productos sanitarios así como la de productos, bienes o servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas, podrá ser regulada por sus normas especiales o ser sometida al régimen de autorización administrativa previa.

De acuerdo con esta normativa, la tendencia a acentuar los criterios de transparencia en la publicidad sanitaria de la que es exponente el Real decreto 1907/1996, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, se intentará obtener mediante el presente decreto, uno de los objetivos de la Consellería de Sanidad y Servicios Sociales: velar porque los mensajes publicitarios de productos, bienes y servicios sanitarios respondan a criterios de veracidad, licitud y objetividad. Por eso se establecen unos principios mínimos a los que deberá someterse la publicidad sanitaria que se desarrolle en el ámbito de la Comunidad Autónoma, teniendo en cuenta la incidencia que ésta puede tener sobre la salud pública, pero todo ello con la flexibilidad necesaria para poder adaptarse a la realidad social y a la propia dinámica de la publicidad, promoviendo que los mensajes publi-

citarios con repercusión para la salud sean ordenados y correctos, evitando así influencias de carácter negativo en la vida de los ciudadanos.

En su virtud a propuesta del conselleiro de Sanidad y Servicios Sociales y previa deliberación del Consello de la Xunta de Galicia, en su reunión del día veinte de marzo de mil novecientos noventa y ocho y de acuerdo con el dictamen del Consejo Consultivo de Galicia,

#### DISPONGO:

##### Artículo 1º

Se entiende por publicidad sanitaria a parte de la contenida en el Real decreto 1907/1996, cualquier otra que la Comunidad Autónoma de Galicia en el ámbito de su actividad realicen los centros, servicios y establecimientos sanitario-asistenciales, los profesionales de la sanidad y, en general, la desarrollada por cualquier persona pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, profesional o de otra índole que, por cualquier medio, tenga como finalidad promover, de forma directa o indirecta, la contratación de bienes, actividades o servicios susceptibles de repercutir positiva o negativamente sobre la salud de las personas.

##### Artículo 2º

En la publicidad sanitaria deberá identificarse claramente la personalidad física o jurídica del anunciante y su domicilio o sede social. A tal efecto, los medios de publicidad y comunicación no podrán insertar ni emitir ningún anuncio que vaya acompañado de tales datos identificativos en los medios impresos y la correspondiente orden publicitaria en lo que se refiere a los medios de televisión y radio.

##### Artículo 3º

Sin perjuicio del sometimiento a las normas generales o específicas, la publicidad sanitaria, tal como se define en el artículo primero, debe observar los siguientes criterios en la difusión de mensajes:

1. Identificar con toda claridad, rigor y precisión y de forma objetiva, el producto o servicio al que se refiere, no dejando dudas sobre su verdadera naturaleza.

2. Utilizar textos claramente legibles, audibles y comprensibles en su integridad, evitando términos técnicos que sugieran de forma engañosa cualidades o propiedades no demostradas, o que puedan suponer confusión con otros productos.

3. Incluir, en su caso, las advertencias y precauciones que sean necesarias para informar al destinatario de los efectos indeseables o riesgos derivados de la utilización normal del producto o servicio anunciado, si su importancia así lo aconsejase.

4. No ofrecer productos, bienes 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 un error a las personas a las que se dirige.

5. No suscitar expectativas en términos de salud que no se puedan satisfacer.

6. No debe contener afirmaciones que no pueden ser aprobadas científicamente.

7. No inducir el abandono de prescripciones o tratamientos preventivos o terapéuticos ni considerar como indiferente la consulta a los profesionales sanitarios.

#### Artículo 4º

Con anterioridad a la difusión del mensaje publicitario, el anunciante debe estar en condiciones de probar por los medios apropiados la exactitud material de los datos contenidos en su publicidad. Asimismo deberá, a efectos de control por la Administración sanitaria, conservar los mensajes publicitarios que se emitan por los medios de difusión hasta seis meses después de finalizar la campaña, incurriendo en caso contrario en una infracción tipificada como grave en el artículo 10º B.5 de este decreto.

#### Artículo 5º

La Consellería de Sanidad y Servicios Sociales, en el ámbito de sus competencias, adoptará cuentas medidas sean necesarias para que los mensajes publicitarios que pueden tener repercusión en la salud de las personas se realicen con las debidas garantías, y podrán solicitar el cese o la rectificación de la publicidad sanitaria en los términos señalados en la Ley general de publicidad de 11 de noviembre de 1988, cuando la forma y condiciones de la difusión de los mensajes no se ajusten a la normativa vigente.

#### Artículo 6º

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, cuando exista o se sospeche razonablemente la existencia de un riesgo grave para la salud, la Consellería de Sanidad y Servicios Sociales podrá ordenar el cese inmediato a la actividad publicitaria al amparo de los artículos 26 y 37 de la Ley general de sanidad.

#### Artículo 7º

1. En aquellos supuestos, tales como los previstos en los artículos 6.2º del Real decreto 1907/1996 y 102.2º de la Ley general de sanidad, en la que sea preceptiva la autorización administrativa previa para la difusión del anuncio, esta se otorgará por el delegado de la Consellería de Sanidad y Servicios Sociales correspondiente a la provincia donde el medio tenga su residencia, domicilio social, sucursal o ejerza principalmente sus operaciones.

2. Contra esta resolución el delegado provincial que autorice o no la difusión del anuncio publicitario podrá interponer recurso ordinario ante el conselleiro de Sanidad y Servicios Sociales en los plazos y formas previstos en los artículos 114 y siguientes de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

#### Artículo 8º

1. El incumplimiento o inobservancia de la normativa de la publicidad sanitaria regulada en este

decreto, con las tipificaciones que se hacen en el artículo 10º, tendrán consideración de infracciones conforme a lo establecido en los artículos 35 de Ley general de sanidad, 8.6º de la Ley general de publicidad y 32.1º de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y serán objeto de las sanciones administrativas correspondientes, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir.

2. Los expedientes administrativos sancionadores se incoarán por la delegación provincial correspondiente y se ajustarán en su tramitación a lo dispuesto en el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común y en el Real decreto 1398/1993, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora.

#### Artículo 9º

Las infracciones en materia de publicidad sanitaria se califican como leves, graves y muy graves, atendiendo a los criterios de riesgo para la salud, cuantía del eventual beneficio obtenido, grado de intencionalidad, gravedad de alteración socio-sanitaria producida, generalización de la infracción y reincidencia, en la comisión de alguna infracción en materia de publicidad sanitaria.

#### Artículo 10º

Se tipifican como infracciones las siguientes:

##### A) Infracciones leves.

1. Las simples irregularidades en la observación de la normativa vigente en materia de publicidad sanitaria, sin trascendencia directa para la salud pública, tal como se determina en el artículo 35.A.1 de la Ley general de sanidad.

2. Las cometidas por simple negligencia, siempre que la alteración de los riesgos sanitarios producidos fuesen de escasa entidad, conforme a lo previsto en el artículo 35.A.2 de la Ley general de sanidad.

3. Las que, en razón de los criterios contemplados en este artículo y en el anterior, merezcan la calificación de leves o no proceda su calificación como faltas graves o muy graves, determinadas en el artículo 35.A.3 de la Ley general de sanidad.

##### B) Infracciones graves

1. Las que reciban expresamente dicha calificación en la normativa especial aplicable en cada caso, conforme a lo previsto en el artículo 35.B.1 de la Ley general de sanidad.

2. El incumplimiento de los requerimientos que formulan las autoridades sanitarias, siempre que se produzcan por primera vez, tal como se determina en el artículo 35.B.4 de la Ley general de sanidad.

3. La publicidad que induzca a confusión o enmascare la verdadera naturaleza del producto o servicio, así como aquella que sugiera de forma engañosa cua-

lidades o propiedades no demostradas o implique confusión con otros productos o servicios, determinadas en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34.4º de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

4. La publicidad que pretenda sustituir la consulta o intervención de los profesionales sanitarios o induzca al abandono de los tratamientos médicos preventivos o terapéuticos, conforme a lo previsto en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34 de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

5. El incumplimiento de la obligación de conservación de los mensajes publicitarios en la forma indicada en el artículo 4º del presente decreto.

6. La reincidencia en la comisión de infracciones leves, en los tres últimos meses, tal como se determina en el artículo 35.B.7 de la Ley general de sanidad.

7. Las que, en razón de los criterios contemplados en este artículo o en el anterior, merezcan la calificación de graves o no proceda su calificación como faltas muy graves, determinadas en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34 de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

#### C) Infracciones muy graves.

1. Las que reciban expresamente dicha calificación en la normativa especial aplicable, conforme a lo previsto en el artículo 35.C.1 de la Ley general de sanidad.

2. El incumplimiento reiterado de los requerimientos específicos que formulen las autoridades sanitarias, tal y como se determina en el artículo 35.C.4 de la Ley general de sanidad.

3. La resistencia, coacción, amenaza, represalia, desacato o cualquier otra forma de presión ejercida sobre las autoridades sanitarias o de sus agentes, determinado en el artículo 35.C.6 de la Ley general de sanidad.

4. La falta de identificación de la personalidad física o jurídica del denunciante y de su domicilio social, conforme a lo previsto en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34 de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

5. El falseamiento de los datos facilitados sobre las cualidades, características, resultados o expectativas del producto o servicio, tal y como se determina en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34.4º de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

6. La publicidad que atribuye efectos preventivos o terapéuticos que no estén respaldados por suficientes pruebas técnicas o científicas acreditadas, determinados en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34 de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

7. El hecho de no insertar las advertencias o precauciones necesarias para informar los efectos inde-

seables de los riesgos derivados de la utilización normal del producto o servicio anunciado, conforme lo previsto en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34.7º de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

8. La reincidencia en la comisión de faltas graves en los últimos cinco años, tal como se señala en el artículo 35.C.8 de la Ley general de sanidad.

9. Las que, en razón de los criterios contemplados en este artículo y en el anterior, merezcan la calificación de muy graves, determinados en los artículos 8.6º de la Ley general de publicidad y 34 de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

#### Artículo 11º

1. Las infracciones en materia de publicidad sanitaria serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Infracciones leves, hasta 500.000 ptas.

b) Infracciones graves, desde 500.001 a 2.500.000 ptas, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

c) Infracciones muy graves desde 2.500.001 a 100.000.000 de ptas., pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

2. Además, en los supuestos de infracciones muy graves, se podrá acordar por el Consello de la Xunta de Galicia el cierre temporal del establecimiento, instalación o cese temporal del servicio de las personas físicas o jurídicas a la que hace referencia el artículo 1º, por un plazo máximo de cinco años.

#### Artículo 12º

Los órganos competentes para la imposición de las sanciones serán los siguientes:

a) Los delegados provinciales de la Consellería de Sanidad y Servicios Sociales para imposición de sanciones en cuantía no superior a quinientas mil pesetas (500.000 ptas.), en el supuesto de publicidad en el ámbito provincial.

b) La Secretaría General de la Consellería de Sanidad y Servicios Sociales para la imposición de sanciones en cuantía comprendida entre quinientas mil una peseta (500.001 ptas.) y dos millones de pesetas (2.000.000 de ptas) o cuando la publicidad exceda en el ámbito provincial.

c) El conselleiro de Sanidad y Servicios Sociales para la imposición de sanciones en cuantía comprendidas entre dos millones una peseta (2.000.001 ptas.) y dos millones quinientas mil pesetas (2.500.000 ptas.).

d) El Consello de la Xunta de Galicia para la imposición de sanciones en cuantía superior a dos millones quinientas mil una pesetas (2.500.001 ptas) y, en

su caso, para el cierre temporal del establecimiento, o el cese temporal de la actividad.

#### *Disposiciones adicionales*

Primera.-La promoción o publicidad de productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos se regularán por su normativa específica.

Segunda.-El tabaco, alcohol y aquellos otros productos o servicios en los que sus normas especiales así lo determinen, así podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en las mismas.

#### *Disposición derogatoria*

Queda derogado el Decreto 273/1990, de 27 de abril, por el que se regula la publicidad sanitaria en la Comunidad Autónoma de Galicia, el artículo 10 del Decreto 113/1993, de 12 de mayo, por el que se establecen normas de protección de salud de la población en promoción, venta y consumo de los productos de el tabaco y cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en el presente decreto.

#### *Disposiciones finales*

Primera.-Se faculta al conselleiro de Sanidad y Servicios Sociales para dictar las disposiciones que serán necesarias para la ejecución y desarrollo de este decreto.

Segunda.-El presente decreto entrará en vigor a los veinte días siguientes al de su publicación en el *Diario Oficial de Galicia*.

Santiago de Compostela, veinte de marzo de mil novecientos noventa y ocho.

Manuel Fraga Iribarne  
Presidente

José María Hernández Cochón  
Conselleiro de Sanidad y Servicios Sociales

## **II. AUTORIDADES Y PERSONAL**

### **b) NOMBRAMIENTOS:**

### **CONSELLERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y POLÍTICA AGROALIMENTARIA**

*Orden de 18 de marzo de 1998 por la que se nombran vocales en representación de la Consellería de Agricultura, Ganadería y Política Agroalimentaria en el Consejo de Dirección del Instituto Lácteo y Ganadero de Galicia.*

De conformidad con lo dispuesto en la Ley 7/1994, de 29 de diciembre, creadora del ILGG, son órganos de dirección del mismo su presidente, el director y el consejo de dirección, del que forman parte cinco

vocales que serán nombrados y destituidos por el conselleiro que presida el instituto.

El Decreto 128/1996, de 14 de marzo, que desarrolla la Ley del ILGG, establece en su artículo 9 que de los vocales del consejo de dirección, uno será representante de la Consellería de Economía y Hacienda y los cuatro restantes de la Consellería de Agricultura, «designados entre personas de reconocido prestigio en el sector lácteo-ganadero y altos cargos o funcionarios de la Administración autonómica».

El conselleiro de Agricultura, Ganadería y Montes, en ejercicio de su competencia, a través de las órdenes de 12 de noviembre de 1996 y de 31 de marzo de 1997, nombró como vocales de dicho consejo de dirección a personas que por entonces ocupaban determinados cargos directivos en la consellería.

Como consecuencia de los decretos 347/1997 y 351/1997, de 9 y 10 de diciembre respectivamente, por los que se aprueba la nueva estructura orgánica de la Xunta de Galicia y de sus departamentos, así como del Decreto 25/1998, de 22 de enero, que fija la estructura orgánica y funcional de la nueva Consellería de Agricultura, Ganadería y Política Agroalimentaria a la que quedó adscrita el ILGG, procede a su vez dictar una orden por la que cesen los actuales vocales del consejo de dirección del ILGG, nombrados en representación de la Consellería de Agricultura, Ganadería y Montes y se nombran otros en su lugar.

1. Por todo lo cual, después de efectuar los trámites oportunos, en virtud de la competencia que me atribuye el artículo 4.4º de la Ley 7/1994, de 29 de diciembre,

#### **DISPONGO:**

#### **Artículo 1º**

Que cesen las personas que a continuación se relacionan como vocales del consejo de dirección del Instituto Lácteo y Ganadero de Galicia, agradeciéndoles los servicios prestados:

José Ramón Molinero Senovilla.

José Luis Díez Díez.

María Lourdes Batán Aira.

Manuel Díaz Cano.

#### **Artículo 2º**

Nombrar, como vocales del consejo de dirección del Instituto Lácteo y Ganadero de Galicia en representación de la Consellería de Agricultura, Ganadería y Política Agroalimentaria a:

El delegado provincial de Lugo, José Ramón Molinero Senovilla.

El subdirector general del ILGG, José Luis Díez Díez.

La jefa del Servicio Técnico-Jurídico, María Elena Barca Ramos.