

EL TRIBUNAL SUPREMO RATIFICA LA PROHIBICIÓN DE UTILIZAR FAMOSOS EN LA PUBLICIDAD SANITARIA

El Tribunal Supremo ha ratificado una Sentencia de 14 de marzo de 2017, dictada por la Sala de lo Contencioso-administrativo del Tribunal Superior de Justicia Navarra, contra la empresa Dentix por su pretensión de realizar una campaña publicitaria con presencia de personajes populares relativa a su oferta de implantología dental.

Señala la sentencia la evidencia de que en la campaña pretendida "se está utilizando la imagen de dos personas famosas para publicitar, no sólo el método empleado por dicha empresa, sino también un producto sanitario; imagen que por sí sola ya constituye publicidad a tenor de lo dispuesto en el artículo 1 del Decreto Foral 203/1997: a los efectos de la presente disposición se entiende por publicidad directa al público de productos sanitarios, toda forma de comunicación gráfica, sonora o audiovisual, efectuada en cualquier soporte, realizada por personas físicas o jurídicas dirigida a promover, directa o indirectamente, la venta o el uso de productos sanitarios".

Como fundamentos jurídicos del fallo se mencionan:

- ▶ El artículo 5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, referido a la publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas, según el cual podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa".
- ▶ El artículo 27 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, que establece que las Administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias, realizarán un control de la publicidad y propaganda comerciales para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma, con especial atención a la protección de la salud de la población más vulnerable.
- ▶ El artículo 78 de la Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional del medicamento, que en su apartado 4 establece diversos requisitos para la publicidad de los medicamentos y productos sanitarios destinada al público en general, señalando que las Administraciones sanitarias, por razones de salud pública o seguridad de las personas, podrán limitar, condicionar o prohibir la publicidad de los medicamentos y de los productos sanitarios. En su apartado 7 prohíbe expresamente la publicidad destinada al público de productos sanitarios que estén destinados a ser utilizados o aplicados exclusivamente por profesionales sanitarios Y que en su

apartado 8 añade que la publicidad de las técnicas o procedimientos médicos o quirúrgicos ligados a la utilización de productos sanitarios específicos respetará los criterios contemplados en la publicidad de productos sanitarios.

- El artículo 38 del Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios, que al regular la publicidad y promoción de estos productos en sus apartados 8 y 9, prohíbe cualquier mención que haga referencia a una autoridad sanitaria o a recomendaciones que hayan formulado científicos, profesionales de la salud u otras personas que puedan, debido a su notoriedad, incitar a su utilización.

Señala la sentencia que "la publicidad de materias o productos sanitarios, atendida su naturaleza, se encuentra sometida a un régimen jurídico técnico sanitario detallado, respecto de los productos, servicios y actividades susceptibles de generar riesgos para la salud o la seguridad de las personas. De modo que la intervención de la Administración se justifica por lo delicado de la materia publicitada, y se concreta en un régimen de autorización administrativa previa, y en la previsión de unos límites específicos a la publicidad. (...) se somete la publicidad comercial de productos, actividades o servicios de finalidad sanitaria, a un control que garantice la observancia de los criterios de veracidad, claridad e información, esenciales en todo aquello que afecte a la salud, atendidos los perjuicios que en dicho ámbito pueden ocasionarse para las personas. Las restricciones a la publicidad en este ámbito no sólo se refieren a los medicamentos y productos sanitarios, sino también a las técnicas o procedimientos médicos ligados a la utilización de productos sanitarios".

Por ello concluye que "se prohíbe efectuar publicidad, en los términos ya expuestos, dirigida al público en general, (...) respecto de las técnicas, cuyo régimen se asimila (...) al de los productos sanitarios".