

Ley General de Salud

Título Décimo Tercero

Publicidad

Capítulo Único

Artículos 300 al 312

Artículo 300

Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de las personas con discapacidad, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretarías de Gobernación, Educación Pública, Economía, Infraestructura, Comunicaciones y Transportes y otras dependencias del Ejecutivo Federal.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987, 09 DE ABRIL DE 2012, 08 DE ABRIL DE 2013, 29 DE MAYO DE 2023)

Artículo 301

Será objeto de autorización por parte de la Secretaría de Salud, la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, venta o consumo en forma directa o indirecta de los insumos para la salud, las bebidas alcohólicas, así como los productos y servicios que se determinen en el reglamento de esta Ley en materia de publicidad.

Queda prohibida la publicidad de alimentos y bebidas con bajo valor nutricional y alta densidad energética, dentro de los centros escolares.

(PÁRRAFO ADICIONADO D.O.F. 14 DE OCTUBRE DE 2015)

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987, 14 DE JUNIO DE 1991, 30 DE MAYO DE 2008)

Artículo 301 bis

Las disposiciones reglamentarias determinarán los productos y servicios en los que el interesado sólo requerirá dar aviso a la Secretaría de Salud, para su difusión publicitaria.

(ARTÍCULO ADICIONADO D.O.F. 07 DE MAYO DE 1997)

Artículo 302

Los gobiernos de las entidades federativas coadyuvarán con la Secretaría de Salud en las actividades a que se refiere el artículo anterior, que se lleven a cabo en sus respectivas jurisdicciones territoriales.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

Artículo 303

La Secretaría de Salud coordinará las acciones que, en materia de publicidad relacionada con la salud, realicen las instituciones del sector público, con la participación que corresponda a los sectores social y privado, y con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

Artículo 304

La clave de autorización de la publicidad otorgada por la Secretaría de Salud, en su caso, deberá aparecer en el material publicitario impreso, pero no formando parte de la leyenda precautoria.

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 07 DE MAYO DE 1997)

Las resoluciones sobre autorizaciones de publicidad que emita la Secretaría de Salud, no podrán ser utilizadas con fines comerciales o publicitarios.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

Artículo 305

Los responsables de la publicidad, anunciantes, agencias de publicidad y medios difusores, se ajustarán a las normas de este título.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 07 DE MAYO DE 1997)

Artículo 306

La publicidad a que se refiere esta Ley se sujetará a los siguientes requisitos:

I. La información contenida en el mensaje sobre calidad, origen, pureza, conservación, propiedades nutritivas y beneficios de empleo deberá ser comprobable;

(FRACCIÓN REFORMADA D.O.F. 14 DE JUNIO DE 1991)

II. El mensaje deberá tener contenido orientador y educativo;

III. Los elementos que compongan el mensaje, en su caso, deberán corresponder a las características de la autorización sanitaria respectiva;

(FRACCIÓN REFORMADA D.O.F. 14 DE JUNIO DE 1991)

(FE DE ERRATAS A LA FRACCIÓN D.O.F. 12 DE JULIO DE 1991)

IV. El mensaje no deberá inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física o mental que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas, en particular de la mujer;

V. El mensaje no deberá desvirtuar ni contravenir los principios, disposiciones y ordenamientos que en materia de prevención, tratamiento de enfermedades o rehabilitación, establezca la Secretaría de Salud, y

(FRACCIÓN REFORMADA D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

VI. El mensaje publicitario deberá estar elaborado conforme a las disposiciones legales aplicables.

Artículo 307

Tratándose de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, ésta no deberá asociarse directa o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas.

La publicidad no deberá inducir a hábitos de alimentación nocivos, ni atribuir a los alimentos industrializados un valor superior o distinto al que tengan en realidad.

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987, 14 DE JUNIO DE 1991)

La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas deberá incluir en forma visual, auditiva o visual y auditiva, según sea para impresos, radio o cine y televisión, respectivamente, mensajes precautorios de la condición del producto o mensajes promotores de una alimentación equilibrada.

(PÁRRAFO ADICIONADO D.O.F. 14 DE JUNIO DE 1991)

(REFORMADO D.O.F. 07 DE MAYO DE 1997)

Artículo 308

La publicidad de bebidas alcohólicas deberá ajustarse a los siguientes requisitos:

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 30 DE MAYO DE 2008)

I. Se limitará a dar información sobre las características, calidad y técnicas de elaboración de estos productos;

II. No deberá presentarlos como productores de bienestar o salud, o asociarlos a celebraciones cívicas o religiosas;

III. No podrá asociar a estos productos con ideas o imágenes de mayor éxito en la vida afectiva y sexualidad de las personas, o hacer exaltación de prestigio social, virilidad o femineidad;

IV. No podrá asociar estos productos con actividades creativas, deportivas, del hogar o del trabajo, ni emplear imperativos que induzcan directamente a su consumo;

V. No podrá incluir, en imágenes o sonidos, la participación de niños o adolescentes ni dirigirse a ellos;

(FRACCIÓN REFORMADA D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

VI. En el mensaje, no podrán ingerirse o consumirse real o aparentemente los productos de que se trata.

VII. En el mensaje no podrán participar personas menores de 25 años, y

(FRACCIÓN ADICIONADA D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

VIII. En el mensaje deberán apreciarse fácilmente, en forma visual o auditiva, según el medio publicitario que se emplee, las leyendas a que se refieren los artículos 218 y 276 de esta Ley.

(FRACCIÓN ADICIONADA D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

La Secretaría de Salud podrá dispensar el requisito previsto en la fracción VIII del presente artículo, cuando en el propio mensaje y en igualdad de circunstancias, calidad, impacto y duración, se promueva la moderación en el consumo de bebidas alcohólicas, especialmente en la niñez, la adolescencia y la juventud, así como advierta contra los daños a la salud que ocasionan el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas.

(PÁRRAFO ADICIONADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

(REFORMADO D.O.F. 30 DE MAYO DE 2008)

Las disposiciones reglamentarias señalarán los requisitos a que se sujetará el otorgamiento de la dispensa a que se refiere el párrafo anterior.

(PÁRRAFO ADICIONADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

Artículo 308 bis
Se deroga.

(ARTÍCULO ADICIONADO D.O.F. 19 DE ENERO DE 2004)

(DEROGADO D.O.F. 30 DE MAYO DE 2008)

Artículo 309

Los horarios en los que las estaciones de radio y televisión y las salas de exhibición cinematográfica podrán transmitir o proyectar, según el caso, publicidad de bebidas alcohólicas, se ajustarán a lo que establezcan las disposiciones generales aplicables.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 30 DE MAYO DE 2008)

Artículo 309 bis
Se deroga.

(ARTÍCULO ADICIONADO D.O.F. 19 DE ENERO DE 2004)

(DEROGADO D.O.F. 30 DE MAYO DE 2008)

Artículo 310

En materia de medicamentos, remedios herbolarios, equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales e insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos y de curación y agentes de diagnóstico, la publicidad se clasifica en:

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 07 DE MAYO DE 1997)

I. Publicidad dirigida a profesionales de la salud, y

II. Publicidad dirigida a la población en general.

(FRACCIÓN REFORMADA D.O.F. 07 DE MAYO DE 1997)

La publicidad dirigida a profesionales de la salud deberá circunscribirse a las bases de publicidad aprobadas por la Secretaría de Salud en la autorización de estos productos, y estará destinada exclusivamente a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud.

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

La publicidad a que se refiere el párrafo anterior, no requerirá autorización en los casos que lo determinen expresamente las disposiciones reglamentarias de esta Ley.

La publicidad dirigida a la población en general sólo se efectuará sobre medicamentos de libre venta y remedios herbolarios, y deberá incluirse en ella en forma visual, auditiva o ambas, según el medio de que se trate, el texto: Consulte a su médico, así como otras leyendas de advertencia que determine la Secretaría de Salud.

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 14 DE JUNIO DE 1991, 07 DE MAYO DE 1997)

Ambas se limitarán a difundir las características generales de los productos, sus propiedades terapéuticas y modalidades de empleo, señalando en todos los casos la conveniencia de consulta

(PÁRRAFO REFORMADO D.O.F. 14 DE JUNIO DE 1991, 07 DE MAYO DE 1997)

Ambas se limitarán a difundir las características generales de los productos, sus propiedades terapéuticas y modalidades de empleo, señalando en todos los casos la conveniencia de consulta médica para su uso.

Artículo 311

Sólo se autorizará la publicidad de medicamentos con base en los fines con que estos estén registrados ante la Secretaría de Salud.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)

Artículo 312

La Secretaría de Salud determinará en qué casos la publicidad de productos y servicios a que se refiere esta Ley deberá incluir, además de los ya expresados en este Capítulo, otros textos de advertencia de riesgos para la salud.

(ARTÍCULO REFORMADO D.O.F. 27 DE MAYO DE 1987)