



XI Jornada de Información Odontológica organizada por el Consejo General de Dentistas de España

Una representación del Poder Judicial, la Administración y expertos en Derecho coinciden en la necesidad de restringir la publicidad sanitaria para proteger la salud de la población

- Es necesario unificar la normativa publicitaria en todas las Comunidades Autónomas
- La Administración no descarta que, en un futuro, todos los Colegios Oficiales puedan participar en el control de la publicidad sanitaria

Madrid, 20 de febrero de 2015.- El Consejo General de Dentistas celebró ayer la IX Jornada de Información Odontológica bajo el título Repercusiones de la Publicidad Sanitaria en el Ámbito de la Odontología y en la que participaron el magistrado de la Sala I del Tribunal Supremo de, D. José Ramón Ferrándiz Gabriel; la secretaria de la Junta Arbitral Nacional de Consumo, D^a. Alicia Menéndez González; y el catedrático de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid, D. Carlos Lema Devesa. La jornada -moderada por el Dr. Honorio-Carlos Bando Casado- fue clausurada por el vicepresidente del Consejo General de Dentistas de España, el Dr. José Antonio Zafra Anta.

En ella, el magistrado del Tribunal Supremo explicó que el ordenamiento legal no es completo por lo que se producen lagunas en determinados aspectos y que, incluso las normas pueden llegar a ser contradictorias y confusas. De esta forma, durante la Jornada se planteó -por parte de los asistentes- la problemática de que siendo la salud un bien especial a proteger y siendo la salud pública una cuestión de Estado, no haya una normativa específica estatal que complemente las de las Comunidades Autónomas y que regule la publicidad del acto sanitario, como es el caso de la asistencia odontológica. De esta forma, la población queda desprotegida frente a informaciones que pudieran inducirles a error o engaño pudiendo provocar que estos tomen decisiones equivocadas con el consiguiente riesgo que esta situación podría suponer para su salud.

Además, se puso de manifiesto la falta de unidad de criterio en esta materia debido principalmente a que las competencias están traspasadas a las Comunidades Autónomas lo que supone una dificultad añadida a la hora de identificar a las autoridades competentes a las que hay que dirigirse para presentar la correspondiente demanda en caso de que se vulnere la ley. A este respecto, el Sr. Ferrándiz Gabriel reconoció que este modelo no funciona y que sería necesario contar con una unidad de mercado que permita un sistema equitativo. Destacó la importancia de poner en valor los Códigos de Conducta ya que constituyen una verdadera norma jurídica, y de desarrollar mecanismos de autocontrol y control preventivo. En este sentido, el magistrado elogió la labor realizada en los Colegios Oficiales de Dentistas a la hora de vigilar que la publicidad cumple con la normativa vigente y con los principios deontológicos de la profesión.

Por su parte, D^a Alicia Menéndez González habló de los mecanismos con los que cuenta la Administración para hacer frente a la publicidad ilegal destacando la función de inspección, la función sancionadora, y la función de control de la publicidad mediante la autorización previa de la publicidad de productos sanitarios, aclarando que se tratan de procedimientos administrativos y, por lo tanto, extrajudiciales.

Asimismo, manifestó la necesidad de que la Administración cuente con un mayor número de recursos para actuar de forma más eficiente y que las sanciones en esta materia deberían actualizarse ya que actualmente no son muy elevadas careciendo de carácter disuasorio de forma que, en algunos casos, compensa el pago de la sanción ante los grandes beneficios que se pueden obtener con determinadas campañas publicitarias. Reconoció que la Administración tiene cierta reticencia a la hora de sancionar y la dificultad para saber quién es la autoridad competente. Consideró también que es necesario que los temas sanitarios tengan un tratamiento especial y, por eso, abogó por una reforma de la Constitución y la distribución de competencia para poder abordar esta problemática. Coincidió con el Sr. Ferrándiz Gabriel en la necesidad de crear una unidad de mercado real y en el importante papel que podría jugar una autorregulación del sector para lo cual sería indispensable la aportación de la Organización Colegial y el

sector para contribuir a definir las necesidades de este colectivo. Además, apuntó que la Administración podría estar dispuesta a que los Colegios Oficiales puedan participar, en un futuro, en las medidas de control publicitario.

Por último, el Catedrático de Derecho Mercantil, D. Carlos Lema Devesa, hizo un repaso a la normativa que regula la publicidad y competencia desleal explicando que se consideran actos de engaño cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios siendo susceptible de alterar su comportamiento económico ya sea porque la información sea falsa, porque aun siendo la información veraz sea susceptible de inducir a error o por tratarse de publicidad encubierta.

Habló también de omisiones engañosas como aquellas omisiones u ocultaciones de la información necesarias para que el destinatario adopte o puede adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. Es también desleal si la información que se ofrece es poco clara, ininteligible, ambigua, no se ofrece en el momento adecuado, o no se da a conocer el propósito comercial de esta práctica cuando no resulte evidente por el contexto.

Asimismo, el Sr. Lema coincidió con el resto de los ponentes en la necesidad de que la salud es un bien especial a proteger y que por eso es preciso una mayor regulación y una normativa específica sobre publicidad sanitaria. Mientras esto no ocurra, respaldó la idea de la autorregulación a través de una Comisión Estatal de Publicidad en la que deberían participar la Administración, la Organización Colegial, los dentistas, así como expertos independientes y en base a la normativa vigente así como a los Códigos Éticos.

Consejo General de Colegios de Dentistas de España

Creado en el año 1930, es el Órgano ejecutivo de la Organización Colegial de Dentistas. Entre sus competencias destacan la coordinación de la política general de la Organización Colegial, la ordenación del ejercicio de la profesión, la representación y la defensa de los intereses de sus profesionales, y la promoción del derecho a la salud odontológica de los españoles. Es también competencia del Consejo General la elaboración, desarrollo y actualización del Código Ético y Deontológico estatal de la profesión, así como de la promoción social, científica, cultural y laboral de la Odontología y la Estomatología.