



Se registra en el Congreso de los Diputados la Proposición de Ley sobre Publicidad Sanitaria elaborada por los Consejos de Profesionales Sanitarios

- El texto consta de 18 artículos cuyo objeto es regular los aspectos básicos de la publicidad sanitaria, que deberá sustentarse en una base científica.

Madrid, 1 de marzo de 2019. La portavoz del Partido Popular en el Congreso, Dolors Montserrat, se ha reunido hoy con Óscar Castro Reino, presidente del Consejo General de Dentistas; Serafín Romero, presidente de la Organización Médica Colegial; Raquel Martínez García, secretaria general del Consejo General de Farmacéuticos; y Juan José Badiola, presidente del Consejo General de Veterinarios, para registrar en el Congreso de los Diputados la Proposición de Ley que regulará la publicidad sanitaria.

Los Consejos Generales de Dentistas, Médicos, Farmacéuticos y Veterinarios llevan mucho tiempo insistiendo en que la publicidad en el ámbito sanitario precisa de una especial atención por parte del legislador y de un papel garante de la Administración Pública a fin de controlar la propaganda comercial y los mensajes publicitarios en este ámbito, no sólo por estar en juego los intereses económicos de los consumidores sino también y, principalmente, su derecho a la salud.

Escándalos sanitarios como el de iDental, cuya rápida expansión se fraguó gracias a unas agresivas campañas de publicidad que ofrecían supuestas subvenciones para los sectores más vulnerables y prometían la democratización del sector dental, han puesto de manifiesto la necesidad de garantizar que todas las comunicaciones comerciales relacionadas con los servicios, prestaciones y/o actividades sanitarias, sean exactas y verídicas en cuanto a su contenido y forma para garantizar la seguridad del paciente. Es decir, que la publicidad sanitaria sea exclusivamente informativa y que no incite al consumo.

Proposición de Ley de Publicidad Sanitaria

El texto consta de 18 artículos, cuyo objeto es establecer una norma a nivel estatal que regule los aspectos básicos de la publicidad sanitaria, la cual siempre se sustentará en una base científica.

Así, la publicidad sanitaria destinada al público deberá identificar con claridad y de forma objetiva la actividad sanitaria a la que se refiera, utilizando mensajes claros y comprensibles en su integridad, evitando usar términos que puedan confundir al ciudadano. Además, incluirá las advertencias y precauciones que sean necesarias para informar al paciente de los posibles efectos adversos o riesgos derivados de la actividad sanitaria anunciada.



Del mismo modo, la publicidad sanitaria destinada al público no podrá incluir ningún elemento que ofrezca un diagnóstico o aconseje un tratamiento sin la intervención del facultativo, ni sugerir que el resultado está asegurado, que carece de efectos secundarios y que es mejor que otro tratamiento, técnica o actividad sanitaria. Tampoco podrán intervenir personas famosas que, debido a su notoriedad, inciten al consumo.

Por otro lado, la publicidad sanitaria dirigida a profesionales sanitarios deberá proporcionar la información técnico-científica necesaria para que sus destinatarios puedan juzgar por sí mismos los servicios que se prestan.

En cuanto a los soportes de información y promoción que podrán utilizar, estos deberán limitarse a los que tengan un carácter básicamente científico, ya sean escritos o audiovisuales. Para la inserción de cualquier mensaje publicitario en publicaciones o en medios audiovisuales científicos o profesionales, será preciso que dichos medios estén dirigidos y se distribuyan exclusivamente a profesionales sanitarios.

Autorización administrativa

La publicidad sanitaria dirigida al público tendrá que ser autorizada por la autoridad sanitaria competente antes de ser difundida. En este sentido, la Administración solicitará a las Organizaciones Colegiales Profesionales que considere pertinentes un informe sobre el cumplimiento de los requisitos señalados en esta Proposición de Ley.

En el caso de la publicidad sanitaria dirigida a los profesionales, los responsables de la misma deberán comunicarla a las autoridades sanitarias y demás órganos administrativos competentes antes de difundirla.

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.