



El Senado aprueba dos mociones dirigidas a regular la publicidad sanitaria y a proteger al consumidor

- Las mociones, presentadas por el PP y el PSOE, respectivamente, tienen como objetivo impedir la publicidad engañosa en el ámbito sanitario y ampliar el régimen de garantías de las empresas que prestan servicios vinculados con la salud.

Madrid, 21 de abril de 2021. Continúan los avances para regular la publicidad sanitaria. Ayer, la Comisión de Sanidad y Consumo del Senado aprobó por unanimidad una moción presentada por el Partido Popular en la que se insta al Gobierno a tomar las medidas que sean necesarias para impedir la publicidad engañosa en un ámbito tan sensible como lo es el de la salud. Asimismo, la Cámara Alta dio luz verde a una moción presentada por el Partido Socialista que persigue ampliar el régimen de garantías de las compañías que prestan servicios relacionados con la salud.

Ambas propuestas tienen como objetivo establecer una nueva normativa estatal que regule la publicidad sanitaria y proteger a los pacientes y consumidores. En este sentido, se hizo referencia a escándalos como el de iDental y otras mercantiles similares, que cerraron sus puertas dejando a miles de personas damnificadas en toda España. El factor común de estas empresas eran unas campañas de publicidad muy agresivas, en las que garantizaban tratamientos con excelentes resultados con unos planes de financiación supuestamente asequibles para todos.

En palabras de Juan M^a Vázquez Rojas, del PP, se están lanzando campañas poco éticas y muy persuasivas que pueden confundir a los ciudadanos, por lo que se debe garantizar que todos los mensajes publicitarios relacionados con prestaciones y servicios sanitarios “sean exactos y verídicos para garantizar la seguridad del paciente, independientemente del canal empleado, internet, radio, televisión, etc.”. Del mismo modo, insistió en que se deberían limitar aquellos anuncios en los que se utilicen personajes famosos, los que no estén basados en la ciencia, aquellos que garanticen resultados o que prometan premios.

Por su parte, Ana Belén Edo, del PSOE, añadió que es una prioridad “garantizar la seguridad de los pacientes frente a esa publicidad a través de una norma que regule anuncios veraces, con rigor científico y con criterios deontológicos”.

En cuanto a la ampliación del régimen de garantías de las empresas que prestan servicios sanitarios, Edo declaró que “el Estado puede mejorar y reforzar las garantías de los consumidores, por ejemplo, en materia de créditos al consumo”. El PP está de acuerdo, aunque reclamó que “la prestación de Servicios Profesionales Sanitarios se realice por sociedades profesionales, sin que dicha titularidad pueda ser sustituida por ningún otro tipo de forma societaria”.

El Dr. Óscar Castro Reino, presidente del Consejo General de Dentistas, califica la aprobación de ambas mociones como “muy positiva” y espera que todos los partidos políticos “sigan trabajando en esta línea hasta conseguir la aprobación de una ley de publicidad sanitaria estatal que vele por la seguridad y la salud de los ciudadanos”.



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.

CONSEJO DENTISTAS
Departamento de Prensa

Calle de Alcalá, 79 - 2º - 28009 Madrid

Teléfono: 914 264 414
prensa@consejodentistas.es