

## **Dr. Óscar Castro: “Los mensajes publicitarios deberían ser objetivos, transparentes y verificables”**

- **La utilización de calificativos pueden generar falsas expectativas o confundir a los pacientes.**
- **El Dr. Castro también hace hincapié en la necesidad de regular la publicidad de productos como bollería industrial y bebidas carbonatadas, que perjudican a la salud dental y general, y cuyos anuncios van dirigidos a un público joven.**

**Madrid, 26 de marzo de 2025.** “La mejor clínica”, “tratamientos indoloros”, “la tecnología más avanzada”, “dientes perfectos”, “odontología inteligente”... son algunos términos que cada vez se ven con más frecuencia en los eslóganes de las clínicas dentales y que pueden inducir a error a los pacientes.

Desde el Consejo General de Dentistas insistimos en que los reclamos publicitarios deben basarse en hechos, no en percepciones subjetivas. “Debemos apostar por la transparencia, los mensajes objetivos y verificables, porque lo que para una persona es perfecto, para otra no lo es. Y lo que a alguien no le duele, a otra le puede resultar insoportable. Por eso hay que huir de los calificativos en los mensajes que se mandan a la población, para no crear falsas expectativas”, declara el Dr. Óscar Castro Reino, presidente del Consejo.

Asimismo, insta a los ciudadanos a que sean “cautos y críticos” con la publicidad que ven y que, antes de realizarse un tratamiento, soliciten al dentista información detallada al respecto. También tienen que asegurarse de que el profesional que les va a atender está debidamente colegiado, una información que pueden obtener contactando con el Colegio Oficial de Dentistas de su provincia.

“La salud es lo más importante que tenemos las personas y no debe dejarse en manos de promesas publicitarias sin fundamento. Informarse bien es clave para evitar decepciones y problemas futuros”, añade el Dr. Castro.

### **Publicidad de alimentos y bebidas no saludables**

Del mismo modo, existe la publicidad de productos como bebidas carbonatadas o bollería industrial, que afectan negativamente a la salud por su alto contenido en azúcar y grasas no saludables. Estos mensajes, además, normalmente van dirigidos a un público adolescente, mucho más receptivo con la publicidad y, por tanto, potenciales consumidores. Una de las estrategias más comunes es incitarlos a comprar estos productos porque, supuestamente, así conseguirán estar a la moda y pertenecer a un grupo social determinado, aunque ello implique perjudicar su propia salud.

“Es incomprensible que, sabiendo los daños que provocan, se siga permitiendo su publicidad. En nuestro país, la caries afecta al 35% de los menores de 6 años, una cifra que se eleva al 94% en los adultos jóvenes. Y a ello hay que sumarle las altas tasas de obesidad”, apunta el Dr. Castro.

### **Ley de Publicidad Sanitaria**

En este sentido, el presidente del Consejo General de Dentistas urge a todos los partidos políticos a aprobar una ley estatal de Publicidad Sanitaria que establezca límites claros a las afirmaciones comerciales en el sector sanitario, garantice que la información que se difunda a los ciudadanos atienda a criterios estrictamente clínicos y sanitarios, sea rigurosa, veraz, prudente, comprensible, y esté basada en la ética y la evidencia científica, para evitar confundir al ciudadano.

Por último, destaca que “resulta preocupante que todavía no se haya aprobado una ley de Publicidad Sanitaria que proteja a los consumidores, sobre todo, después de los graves casos de cierres repentinos de compañías dentales que han ocurrido en este país dejando miles de afectados y de la proliferación de *influencers* que vierten en las redes sociales todo tipo de informaciones relacionadas con la salud, sean verdad o no. La salud no debe ser objeto de estrategias comerciales irresponsables, sino estar orientada al bienestar de la población y no regirse por intereses exclusivamente mercantilistas”.

### **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.*