

## **Los médicos estéticos celebran la proposición de ley que pretende regular la publicidad sanitaria**



GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO / PABLO\_K - Archivo  
MADRID, 18 Dic. (EUROPA PRESS) -

La Sociedad Española de Medicina Estética (SEME) celebra la proposición de ley presentada en el Congreso relativa a la publicidad de prestaciones y actividades sanitarias, que pretende eliminar todo tipo de promoción comercial o publicidad dirigida al público (tales como premios, regalos, descuentos); así como el uso de famosos para la recomendación de productos.

Desde la SEME afirman que llevan años denunciando este tipo de prácticas promocionales en el sector, contrarias al código deontológico de la profesión médica (OMC), por el riesgo que conlleva para la salud de los pacientes; pero hasta ahora se trataba de una cuestión regulada únicamente a nivel deontológico y exenta de un marco legal.

Así, la presidenta de la SEME, Petra Vega, valora esta medida muy positivamente. "Todos los profesionales de la salud estarán de acuerdo en la necesidad de una ley que regule la publicidad sanitaria en España, porque ese vacío legal ha permitido que se mercantilice con la salud de la población, a pesar de los esfuerzos realizados desde las sociedades médicas y científicas, así como desde los órganos colegiales".

Concretamente, en el texto se recoge que "queda expresamente prohibido para todos los profesionales sanitarios, así como sus asociaciones o corporaciones, amparar ningún tipo de promoción comercial o publicidad dirigida al público". Asimismo, la figura del sanitario no se

usará como la de un "famoso" o en forma de aval que garantice la efectividad de ningún producto o tratamiento.

En este sentido, el documento pide que la publicidad de actividades sanitarias destinada al público requiera de autorización previa, y que la de prestaciones sanitarias, dirigida a profesionales sanitarios, se someta a control por parte de la Administración. "Para dichas autorizaciones se contará con las valoraciones de las Organizaciones Colegiales Sanitarias, al tratarse de una cuestión deontológica", se lee en el la propuesta de ley.

Así, la administración tendrá un plazo de dos meses para aprobar la propuesta de anuncio y los órganos colegiales 20 días. Si esta normativa, que se prevé aplicar en todas las formas de comunicación (redes sociales, modelo tradicional y páginas web), obtuviese el apoyo necesario, España contaría con un marco normativo para que todas las comunicaciones comerciales en materia sanitaria fueran "exactas y verídicas" y, por tanto, fomenten la seguridad del paciente y la efectividad de los tratamientos.

## **SANCIONES Y CESE DE ACTIVIDAD**

Además, la proposición de ley establece un sistema de sanciones y de cesación de la actividad, aunque plantea un plazo de seis meses para su adaptación. Si en el momento en el que esté vigente la ley, se identifican publicidades que la vulneran, la proposición de ley se acoge a la posibilidad de cesación por parte de todo tipo de agentes implicados (agencias españolas de consumo, colegios profesionales o asociaciones de consumidores, entre otros).