

A LA MESA DEL SENADO

EL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR, a iniciativa de los Senadores **VAZQUEZ ROJAS, JUAN MARIA, RODRÍGUEZ CALLEJA, PATRICIA ROMÁN JASANADA, ANTONIO; ALARCÓ HERNÁNDEZ, ANTONIO; DE ARRIBA SÁNCHEZ, BIENVENIDO; FERNÁNDEZ PÉREZ, FRANCISCO JOSÉ; ARANDA LASSA, JOSÉ MANUEL; LEYTE COELLO, MARÍA DEL CARMEN; SANZ JERÓNIMO, PALOMA INÉS; MORENO PALANQUES, RUBÉN FAUSTO**, al amparo de lo dispuesto en el artículo 177 del Reglamento de la Cámara, formula la siguiente **MOCIÓN** para su debate en la **COMISIÓN DE SANIDAD Y CONSUMO**

En los últimos años, se han producido varios acontecimientos que han contribuido al deterioro de un derecho fundamental como es el derecho a la salud, recogido en el artículo 43 de la Constitución Española, que atribuye a los poderes públicos la responsabilidad de organizar y tutelar la salud pública a través de medidas preventivas, así como de las prestaciones y servicios necesarios.

Los escándalos sanitarios, como el protagonizado por el cierre de la cadena de clínicas dentales “lowcost” iDental, cuya rápida expansión se fraguó gracias a unas agresivas campañas de publicidad -que bajo el lema de ser clínicas solidarias ofrecían supuestas subvenciones para hacer llegar sus tratamientos a los sectores más vulnerables de la sociedad española-, 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 adecuadas en cuanto a la forma, para garantizar la seguridad del paciente, independientemente del canal de comunicación empleado (internet, radio, televisión, etc.). Por tanto, adoptar medidas que impidan una publicidad engañosa en muchos casos y alejada de principios éticos, redundaría directamente en la defensa de los derechos constitucionalmente garantizados.

Hechos como iDental y otros similares han sido denunciados en numerosas ocasiones por la Organización Médica Colegial (OMC), el Colegio General de



Colegios Oficiales de Farmacéuticos (Cgcof), el Consejo General de Colegios Oficiales de Veterinarios o el Consejo General de Dentistas.

Si bien el sector de los medicamentos y productos sanitarios cuenta con una regulación y unas prohibiciones o limitaciones específicas sobre publicidad, una sociedad avanzada no debería permitir, en estos casos, los anuncios de fórmulas, métodos o procedimientos cuasi milagrosos de prevención, predicción o curación de enfermedades, ni la publicidad de tratamientos que generan en el consumidor expectativas de resultado, siendo las mismas prácticamente imposibles de garantizar al tratarse de procesos o intervenciones de índole asistencial que conllevan riesgos para la salud del paciente e impredecibles, en cualquier caso.

Tampoco se deberían tolerar anuncios de prestaciones o actividades sanitarias que apelan directamente a sentimientos humanos, con mensajes sugestivos y atrayentes cuyo único fin es conseguir atrapar al usuario e inducirle, directa o indirectamente, a un consumo indiscriminado. Ni publicidad relacionada con regalos, descuentos, planes “renove” o incluso mediante la aparición de personajes famosos como atractivo publicitario. La regulación de la publicidad en el ámbito sanitario precisa de una especial atención no sólo por estar en juego los intereses económicos de los consumidores sino también, y principalmente, para proteger su “derecho a la salud”.

En la actualidad existe una enorme dispersión normativa en materia de publicidad en el ámbito sanitario que induce a error y genera inseguridad jurídica, además de un sistema de control muy laxo o cuasi inexistente, que no otorga la protección necesaria, y en el que quedan diluidas y poco delimitadas las competencias y responsabilidades de cada una de las Administraciones para el control de estas actividades.

Por todo cuanto antecede, el **GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR** propone a la aprobación en la Comisión de Sanidad y Consumo, la siguiente:

MOCIÓN

La Comisión de Sanidad y Consumo insta al Gobierno en colaboración con las Comunidades Autónomas, a:

1. Proteger al paciente de toda publicidad, incluida la utilización de símbolos,



SENADO

GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR

logos, rótulos o palabras identificativas de centros e independientemente del canal que se utilice, que atribuya a una actividad sanitaria cualidades, características o resultados que difieran de los que realmente tenga o que sea susceptible de inducir a error a quienes se dirige.

2. Proteger al paciente de toda publicidad sanitaria que sugiera que el resultado está asegurado, que carece de efectos secundarios o que es superior o igual al de otro tratamiento, técnica u otra actividad sanitaria.
3. Proteger al paciente de toda publicidad que equipare la actividad sanitaria publicitada con cualquier otro producto de consumo, sin otorgarle con nitidez suficiente la calidad de actividad sanitaria.
4. Proteger al paciente de toda publicidad que atribuya a la actividad sanitaria un carácter superfluo, especialmente ofreciendo un diagnóstico o aconsejando un tratamiento a distancia o sin la intervención del facultativo. Proteger al paciente de publicidad incitativa al consumo y de la utilización de personajes famosos o de notoria relevancia en el sector sanitario.
5. Proteger al paciente de toda publicidad sanitaria que no pueda ser probada científicamente o que incluya alusiones a métodos, técnicas o actividades sanitarias que no tengan una base científica probada.
6. Proteger al paciente de toda publicidad sanitaria que ofrezca primas, obsequios, premios, concursos, ventajas pecuniarias o cualquier incentivo que induzcan indebidamente a la contratación.
7. Proteger a la población infantil de cualquier tipo de publicidad sanitaria.
8. Regular por Ley la defensa de los derechos de los ciudadanos ante cualquier publicidad engañosa en materia de prestaciones de servicios sanitarios.

Palacio del Senado, 22 de mayo de 2020.

Javier MAROTO ARANZABAL

PORTAVOZ