

MÉDICOS ESTÉTICOS Y CONSUMIDORES

Contra la 'publicidad engañosa' de tratamientos de medicina estética

- Médicos estéticos y Consumidores de España desarrollan una campaña informativa
- Ambas organizaciones se comprometen a denunciar prácticas inadecuadas
- Muchos centros prometen unos resultados que no se pueden garantizar siempre

Actualizado viernes 26/02/2010 19:53 (CET)

LAURA TARDÓN

MADRID.- A estas alturas, no sorprende el gran número de anuncios publicitarios que, a través de televisión, radio, Internet o medios impresos, inducen a realizarse tratamientos de estética sin señalar ninguna de las posibles complicaciones derivadas y "prometiéndolo resultados que no se pueden garantizar en todos los casos". Con el objetivo de luchar contra esta 'publicidad engañosa' y proteger a los usuarios, la Sociedad Española de Medicina Estética (SEME) y la Unión de Consumidores de España (UCE) han firmado un acuerdo de colaboración que acaban de presentar en el XXV Congreso Nacional de la Sociedad Española de Medicina Estética, en Barcelona.



(Foto: El Mundo)

A partir de las quejas más frecuentes de los usuarios, ambas entidades empezarán a desarrollar campañas informativas sobre la legalidad vigente y los requisitos para la **autorización de los centros sanitarios**. "Repartiremos folletos divulgativos en todas nuestras actividades, muchas de ellas en centros educativos", señala José Ángel Oliván, presidente de la UCE.

Como explica Manuel Ruiz, director técnico de la Unión de Consumidores de Cataluña, "la falta de información es recurrente en todos los ámbitos del consumo, pero en éste, como la publicidad no advierte de los peligros y además se **ofertan facilidades de pago**, al final, el resultado es que se banalizan intervenciones como el aumento de pecho y muchos usuarios se lo toman a la ligera. Esto nos preocupa".

El usuario debe tener muy presente la importancia de "acudir a clínicas autorizadas, con aparatos homologados, productos aprobados por la Agencia Europea del Medicamento (EMA) y profesionales capacitados que les informen de los posibles efectos secundarios y sean capaces de resolverlos", argumenta Pilar Rodrigo, presidenta de la SEME.

Según José Ángel Oliván, el mayor volumen de reclamaciones procede de las depilaciones láser, "por **reacciones alérgicas en la piel**, quemaduras o por no conseguir la duración prometida". En segundo lugar, los implantes de pecho, que "producen problemas más serios: infecciones, rechazos, secuelas psicológicas...".

En estos casos, normalmente, "la información que el usuario recibe es inadecuada, la formación del profesional es indebida y los consentimientos informados informan poco. Lo que hacen es recoger la firma para exculpar al centro de posibles consencuencias", puntualiza el presidente de la UCE.

A través de esta campaña informativa, ambos organismos pretenden "promover entre los ciudadanos una **medicina estética de la mejor calidad**, mejorar la atención al paciente y garantizar su seguridad". Así mismo, añade Pilar Rodrigo, "el convenio fomentará el derecho de los consumidores a la información plena y accesible, evitando la publicidad engañosa y facilitarán el acceso de los pacientes a los mecanismos de garantía de las exigencias básicas en medicina estética".

Además de las campañas informativas, ambas organizaciones se comprometen a denunciar **prácticas inadecuadas en centros no autorizados** o por profesionales no capacitados. "En muchos casos, vemos que el personal sólo es un título colgado en la pared", subraya José Ángel Oliván.

Portada > Salud > **Piel sana**

PUBLICIDAD [cuenta NÓMINA de ING DIRECT, sin letra pequeña](#)



© 2010 Unidad Editorial Internet, S.L.

Dirección original de este artículo:

<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2010/02/25/pielsana/1267128644.html>