

¿Desde cuándo existen los milagros en Odontología?

Uno de los asuntos que más preocupan a los dentistas españoles, según los recientes datos publicados por el Observatorio de la Salud Oral, es la falta de control de la publicidad sanitaria en nuestro país. Y es que prácticamente no hay ningún tipo de restricción legal en doce de las diecisiete Comunidades Autónomas de nuestro país, de tal forma que la publicidad odontológica, sea o no veraz o engañosa, puede distribuirse libremente y casi sin controles de ningún tipo.

Este asunto no es un tema baladí, ya que muchos de estos anuncios que día tras día vemos en horarios de máxima audiencia, leemos en la prensa o redes sociales y escuchamos en la radio, contribuyen de manera significativa a que los potenciales pacientes de estos anunciantes puedan sentirse engañados y perjudicados.

La publicidad sanitaria es una cuestión muy seria, que no conviene pasar por alto. Mercantilizar la salud, anteponiendo el precio del producto sanitario como es por ejemplo el implante, al servicio sanitario que realizará el facultativo dentista al colocarlo, como se está haciendo por determinadas empresas, supone un grave desprestigio para la profesión y también para los pacientes, y por ello el Consejo General de Dentistas de España se ha reunido con los diferentes Grupos Parlamentarios en el Congreso de los Diputados para impulsar una legislación nacional que ponga freno a este despropósito.

“Mercantilizar la salud dental supone un grave desprestigio para la profesión y pone en riesgo a los pacientes”

Lo verdaderamente serio es que los ciudadanos ya se han acostumbrado a percibir este tipo de anuncios, lo ven como algo normal cuando no lo es, y jamás puede serlo. Implantes desde “x” dinero, publicidades con “precios desde”, asteriscos y letras minúsculas que disimulan el verdadero precio



del tratamiento, personajes famosos anunciando cadenas dentales, e incluso ofertas de tratamientos en las que supuestamente te regalan entradas al cine o hamburguesas para tus hijos.

¿Alguien se ha parado a pensar lo que supondría que otros tratamientos sanitarios también estuvieran de oferta? ¿Qué opinaríamos si al ir al médico por un problema cardíaco, por ejemplo, nos dijera que este mes tienen de oferta las válvulas y los marcapasos? ¿No sería absolutamente inconcebible? Pues esto mismo es lo que está pasando con la Odontología en España, y a nadie parece extrañarle.

Nuestra argumentación al respecto es de una claridad meridiana: siempre debe prevalecer el diagnóstico del profesional, que los tratamientos de elección sean los adecuados para cada caso, y jamás entrar en una guerra del “más barato todavía” que sólo conduce a malos entendidos, engaños y reclamaciones por parte de unos pacientes que sienten sus derechos, y en ocasiones su salud, verdaderamente vulneradas.

Además, y para que nadie se lleve a error, el Consejo General de Dentistas de España también aboga por la universalización de la Odontología, de

tal forma que defendemos que la sanidad pública asuma muchas más competencias en materia de salud oral, puesto que actualmente hay una gran diferencia entre los tratamientos y prácticas que se llevan a cabo en Comunidades Autónomas como el País Vasco o Extremadura, donde diferentes colectivos tienen una buena cobertura merced a programas específicos de salud bucodental; o Madrid, donde las prestaciones son casi inexistentes.

Por último, y de nuevo en relación a la publicidad sanitaria, estos días hemos podido leer en diferentes cabeceras varios publibreporajes que incluyen experiencias de supuestos pacientes de una determinada cadena dental, los cuales califican los tratamientos recibidos como “un milagro”. Pues bien, como profesionales sanitarios y dadores de salud, queremos

“El éxito terapéutico no es consecuencia de una intermediación divina, sino el resultado de estar en manos de un buen profesional”

dejar absolutamente claro que el éxito terapéutico no es consecuencia de una intermediación divina, sino el resultado de estar en manos de un profesional cualificado, que utiliza

materiales adecuados, comprometido con su trabajo, que empatiza con el paciente y que pone todo su conocimiento, su experiencia y su dedicación en el ejercicio de su profesión.

Lo que verdaderamente podemos considerar “milagroso” es que no haya complicaciones cuando uno se presta al “más barato todavía”, cuando se pone en manos de personas sin cualificar – cada semana hay más y más casos de intrusismo profesional- o cuando, en definitiva, antepone el precio y la calidad a su salud, porque si hay algo que no tiene precio es la salud de una persona. Dios ayuda a quien se ayuda.

Dr. Óscar Castro Reino
Presidente del Consejo General de Dentistas de España