

## CODIGO DE ETICA PUBLICITARIA EN PODOLOGIA.

Entre los fines atribuidos al Colegio de Podólogos de Castilla y León se encuentra la regulación y ordenación del ejercicio de la actividad profesional a la que se ha encomendado la salud del pie mediante el diagnóstico y tratamiento de sus afecciones y deformidades, así como la salvaguardia y la observancia de sus principios éticos, deontológicos y jurídicos.

A tal efecto, dispone de competencias para elaborar, vigilar el cumplimiento y hacer cumplir los Códigos Ético y Deontológico de la profesión Podológica en el ámbito territorial de la Comunidad de Castilla y León, así como vigilar la publicidad profesional, con sujeción a las leyes, velando por la protección de la salud de los consumidores y el respeto de los principios Éticos y Deontológicos.

Tradicionalmente la publicidad de los profesionales ha sido objeto de limitaciones estrictas por los respectivos Colegios Profesionales, al amparo de lo dispuesto en la Ley de Colegios Profesionales. En los últimos años, inicialmente a raíz del Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia sobre el Libre Ejercicio de las Profesiones, de junio de 1992, y, posteriormente, en virtud de las modificaciones introducidas en la Ley de Colegios Profesionales, se ha producido la liberalización de la actividad publicitaria de todos los profesionales. No obstante, dicha liberalización no debe entenderse como una absoluta autorización para que los profesionales puedan desplegar la actividad publicitaria de sus servicios sin restricción alguna. Más bien al contrario, la libertad en la actividad publicitaria tiene claros límites en la necesidad de que la misma sea veraz y leal, debiendo estos requisitos ser observados con especial cuidado cuando además se trata de analizar la publicidad de bienes o servicios sanitarios, en los que existe una clara desigualdad informativa entre el profesional y el paciente, por la evidente necesidad de proteger el derecho a la salud y a la seguridad de los consumidores de tales bienes o servicios. En este sentido se alinea el Tribunal Europeo de Derechos Humanos, la Comisión de la Unión Europea, el Tribunal de Defensa de la Competencia, e incluso el Legislador Estatal, al prever expresamente la Ley General de Publicidad, en su art. 8, la posibilidad de que la publicidad de aquellos bienes, actividades o servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o la seguridad de las personas pueda estar específicamente regulada o sometida a régimen de autorización administrativa previa. Precisamente al amparo de dicho precepto existe normativa estatal y autonómica reguladora de la publicidad de los servicios sanitarios, que es plenamente aplicable a los servicios de los profesionales dedicados al diagnóstico y tratamiento de las afecciones y deformidades del pie de la población.

En esta materia, los Estatutos del Colegio Oficial de Podólogos de Castilla y León establecen como deber de todo colegiado ajustar cualquier actividad publicitaria a lo dispuesto en las leyes, a la protección de la salud y al respeto a los principios éticos y deontológicos de la profesión, prohibiendo expresamente anunciar o difundir publicitariamente prestaciones de servicios que vulneren la legislación vigente o los preceptos establecidos en los Estatutos y en el Código Deontológico. La vulneración de tales deberes y prohibiciones está tipificada como una falta grave si existe riesgo para la

salud o seguridad de las personas o manifiesto incumplimiento de las exigencias Éticas y deontológicas de la profesión, lo que sucederá, por otra parte, siempre que el destinatario de la publicidad ilícita sea el ciudadano. En este sentido, un elemental principio de seguridad jurídica impone al Colegio determinar, con la mayor precisión posible, que supuestos concretos se consideran, desde un punto de vista legal y Ético-deontológico, incursos en publicidad ilícita, dado que la mera remisión a normas dictadas con carácter general de aplicación a todo tipo de bienes o servicios, es, generalmente, imprecisa.

Asimismo, en la elaboración de la presente normativa ha sido tenida en cuenta la reciente Ley 34/ 2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, que regula las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica, atendiendo fundamentalmente al derecho de los ciudadanos a no recibir publicidad por medios electrónicos sin su previa autorización y a que las comunicaciones comerciales sean plenamente identificables como tales.

La presente normativa se dicta, en consecuencia, en ejercicio de las funciones de ordenación de la actividad profesional que la Organización Colegial tiene conferidas legalmente, y con la finalidad de precisar aquellos supuestos concretos en los que la actividad publicitaria de los bienes o servicios Podológicos debe considerarse engañosa o desleal, y en consecuencia prohibida desde un punto de vista Ético-deontológico.

Finalmente, desde un punto de vista concurrencial, parece claro que la presente normativa es una decisión incluida en el ámbito de aplicación de la Ley de Defensa de la Competencia, en particular de su artículo 1, si bien la misma, en principio, no debería considerarse como teniendo por objeto o efecto restringir la competencia. No obstante, para el caso que así pudiera considerarse, parece oportuno solicitar del Tribunal de Defensa de la Competencia la declaración negativa o, en su caso, la autorización individual prevista en la referida Ley, con carácter previo a su entrada en vigor.

Expuesto lo anterior, por la Asamblea General del Colegio Oficial de Podólogos de Castilla y León, reunida con carácter Ordinario, en su sesión celebrada el **día 8 de marzo de 2008**, a la vista de la propuesta efectuada por la Junta de Gobierno y enmiendas propuestas por los Colegiados, ha acordado por unanimidad:

Aprobar el Código ético de publicidad para los Podólogos de la Comunidad de Castilla y León sobre bienes y servicios relacionados con la salud del pie que se transcribe a continuación.

Autorizar al Presidente del Colegio Oficial de Podólogos de Castilla y León para que, en nombre y representación del Colegio, suscriba cuanta documentación sea precisa a fin de solicitar la autorización singular de la presente normativa por el Tribunal de Defensa de la Competencia, facultándole lo más ampliamente sea menester a fin de que pueda sugerir, negociar o aceptar cuantas modificaciones a la misma sea conveniente introducir a fin de adaptarla a la normativa en materia de defensa de la competencia.

## Artículo 1.- Ámbito objetivo y territorial de aplicación.

La presente normativa se aplicará a toda la publicidad podológica, entendida esta a los efectos de la presente normativa, como toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes o servicios relativos a la salud del pie, cualquiera que fuera la forma de comunicación empleada, el lugar desde donde la actividad publicitaria se produjera o el destinatario de la misma, si bien esté (considerado individualmente o como miembro de un colectivo) deberá residir en territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Podrá también considerarse como publicidad determinadas entrevistas o noticias si en las mismas prevaleciera el aspecto comercial sobre el meramente informativo.

Tendrá la consideración de publicidad cualquiera de las actividades descritas en los párrafos anteriores, cuando el anunciante (profesional o persona jurídica) no residente en la Comunidad de Castilla y León, realice las entregas de bienes o prestación de servicios dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

## Artículo 2.- Ámbito subjetivo de aplicación.

La presente normativa se aplicará a toda actividad publicitaria cuyo anunciante (es decir, la persona física o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad) sea:

I.- Un podólogo colegiado en algún Colegio de Podólogos del territorio español, cualquiera que fuera su nacionalidad, residencia o título habilitante para el ejercicio de la profesión del colegiado;

II.- Un podólogo nacional de algún Estado miembro de la Unión Europea o signatario del Acuerdo sobre el Espacio Europeo, que, aun cuando no estuviera colegiado en algún Colegio Oficial de Podólogos del territorio español, estuviera autorizado para ejercer en el territorio nacional, en la modalidad de libre prestación de servicios, de conformidad con las Directivas comunitarias en vigor;

III.- Una clínica podológica o cualquier otra persona jurídica vinculada directa o indirectamente con un podólogo incluido en los apartados (I) (II) o anteriores por relaciones de índole contractual o societario.

## Artículo 3.-Principio general de libertad de publicidad.

Con carácter general, está permitida, sin necesidad de autorización o comunicación previa, toda la publicidad podológica, sin perjuicio de las prohibiciones, restricciones o limitaciones que pudieran establecerse en cualquier legislación que fuera aplicable o en la presente normativa.

## Artículo 4.- Publicidad ilícita.

1.- A los efectos de la presente normativa, se considera ilícita la publicidad podológica que sea engañosa, desleal o que infrinja cualquier legislación que le fuera aplicable.

2.- Se considera publicidad podológica engañosa aquélla que induce a error a su destinatario, aun cuando el mismo pueda no ser esencial o determinante de la contratación del bien o servicio a que se refiera. En particular, se considera engañosa toda publicidad podológica:

**A.- En relación con el profesional:**

1.- Que exagere las capacidades del propio profesional o que haga referencia a la calidad de los servicios expresando el porcentaje personal de éxitos cosechados;

2.- Que haga referencia a títulos profesionales inexistentes en España (de forma que quien estuviera en posesión de títulos extranjeros deberá expresarlos en el idioma original salvo que existiera en España un título oficial equivalente);

3.- Que haga referencia a la condición de "especialista", dejando a salvo la posibilidad de que quien se dedique a actividades mono-disciplinares o específicas califique dicho ejercicio como "dedicación exclusiva" o "dedicación preferente";

**B.- En relación con los servicios:**

1.- Que utilice o mencione medios diagnósticos, de prevención, curación, antisepsia o de cualquier otro tipo, de obligada u obvia necesidad o de uso generalizado para el desarrollo de la actividad;

2.- Que ofrezca garantía de los productos o de los tratamientos "de por vida" o por plazos superiores a los que fueren razonables, según criterios científicos del momento;

**C.- En relación con los tratamientos:**

1.- Que prometa determinados resultados o induzca a la creencia de que se va a producir determinado resultado, o que proporcione seguridades de alivio o de curación cierta;

2.- Que haga referencia al dolor en los tratamientos, o a la duración de los mismos;

3.- Que haga referencia a tratamientos cuyos efectos preventivos o terapéuticos no estuvieran respaldados por suficientes pruebas científicas o técnicas acreditadas por la Organización Colegial;

**D.- En relación con los honorarios:**

1.- Que ofrezca como prestaciones gratuitas aquellas que ya de por sí deban considerarse incluidas en tratamientos complejos o por las que no es costumbre profesional percibir honorarios; o que haga referencia a precios o a honorarios profesionales sin especificar con claridad o sin omisiones los servicios incluidos o excluidos en los mismos.

2.- Se considera publicidad podológica desleal aquella que, aun no siendo engañosa, tenga por objeto o pueda producir el efecto de provocar el descrédito o el menosprecio de otro podólogo. En particular, se considera desleal toda publicidad podológica:

- a).- que denigre, limite o induzca a confusión con la identidad o los servicios de otros compañeros;
- b).- que exponga símbolos, diseños, dibujos, fotografías o cualesquiera otro medio de expresión plástica que induzcan a error con los de otros profesionales, sean indignos, o sean propios de la Organización Colegial y no se cuente con la debida autorización;
- c).- que suponga una vulneración del deber de secreto profesional o utilice los nombres o la imagen de pacientes o de personas famosas o conocidas por el público, aun cuando tuvieran el consentimiento de los mismos; o
- d).- comparativa, o que incluya términos superlativos (como "más" o "mejor"), incluso cuando la comparación se apoyara en características esenciales u objetivamente demostrables.

Artículo 5.- Régimen de la publicidad por medios electrónicos.

Con absoluto respeto de lo dispuesto en la presente normativa u otra que le fuera aplicable, los podólogos podrán realizar publicidad por medios electrónicos o informar de sus servicios a través de páginas web.

Deberán, además, cumplir con los siguientes requisitos:

- 1.- En relación con las comunicaciones por medios electrónicos:
  - a) deberá incluir, al comienzo del mensaje y de forma destacada, la palabra "publicidad";
  - b) deberá estar siempre identificado el podólogo remitente, como mínimo con los siguientes datos: nombre, dirección de la consulta, título profesional, Colegio Profesional al que pertenece, número de colegiado y dirección de correo electrónico para futura correspondencia, debiéndose referir estos datos, en el caso de publicidad por los anunciantes a que se refiere el apartado (III) del artículo 2, al podólogo que ostente la calidad de Director Clínico o al podólogo contratado o vinculado societariamente con el anunciante;
  - c) deberá utilizar bases de datos específicas para este fin, debidamente registradas en la Agencia de Protección de Datos, que tendrán implantadas las medidas de seguridad exigidas legalmente y que, bajo ningún concepto, contendrán datos relativos a la salud de las personas;
  - d) deberá remitirlas, únicamente, a aquellos destinatarios que previamente las hubieran solicitado o que expresamente hubieran autorizado su recepción; y deberá respetar el deseo

del destinatario, tan pronto se manifieste, de no recibir comunicaciones de esta índole, informando en todo caso de los derechos de acceso, rectificación o revocación, y habilitando procedimientos para hacerlos efectivos de forma inmediata y gratuita, entre los que se incluirá necesariamente la dirección de correo electrónico del anunciante;

2.- En relación con la página web:

a) deberá en conjunto, teniendo en cuenta todos los factores relevantes (localización, diseño, contenido, vínculos con otras páginas, etc.), respetar la dignidad de la profesión, evitando, directa o indirectamente, mensajes obscenos o impropios;

b) deberá mencionar, como mínimo, a un podólogo, y deberá identificar a todos los podólogos citados en la página, como mínimo con los siguientes datos: nombre, número de identificación fiscal, dirección de la consulta, título profesional, Estado que expidió dicho título y, en su caso, datos de la correspondiente homologación o reconocimiento por el Ministerio competente, número de colegiado, Colegio Profesional al que pertenece y dirección de correo electrónico para futura correspondencia;

c) deberá omitir el nombre de los podólogos que ya no colaboren con el titular de la página en el plazo máximo de quince días desde que cesaran en tal colaboración;

d) deberá contener la fecha de última modificación de la página;

e) deberá indicar las normas profesionales aplicables al ejercicio de la profesión, y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos;

f) podrá contener, contando con la oportuna autorización, vínculos con las páginas oficiales de la Organización Colegial; y

g) no podrá utilizarse como medio para evacuar consultas profesionales, formular diagnósticos, realizar tratamientos o recetar medicamentos, ni siquiera para pacientes a quienes ya se hubiere atendido personalmente en alguna ocasión anterior.

Artículo 6.- Régimen de publicidad por medio de entrevistas o noticias.

Con carácter general, los podólogos pueden expresar y divulgar libremente los pensamientos, ideas y opiniones por cualesquiera medios de comunicación.

Cuando del ejercicio del derecho a informar, expresar o divulgar libremente pensamientos, ideas y opiniones, se revelen los datos que identifiquen al podólogo en su calidad de profesional o los de la clínica en donde presta sus servicios (con independencia de su titularidad individual o colectiva) se entenderá que prevalece el aspecto comercial sobre el meramente informativo y en su consecuencia la entrevista o noticia tendrá el carácter de publicidad.

Las entrevistas o noticias que tengan carácter de publicidad deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1.- Respecto del anunciante

A.- Se identificará a la persona física entrevistada o responsable de la divulgación de la noticias, como mínimo, mediante su nombre y apellidos, dirección de la clínica podológica, título profesional, Colegio Profesional al que pertenece, y número de colegiado o en su caso autorización para ejercer en el territorio nacional, en la modalidad de libre prestación de servicios para el supuesto de que el entrevistado o emisor de la noticia fuese un podólogo nacional de algún Estado miembro de la Unión Europea o signatario del Acuerdo sobre el Espacio Europeo

B.- Para el supuesto de que el entrevistado o persona responsable de la emisión de la noticia sea alguna de las personas del apartado (III) del artículo 2, se identificará al podólogo que ostente la calidad de Director Clínico o al Podólogo contratado o vinculado societariamente con el anunciante, con los datos relacionados en el apartado A.

C.- En el caso de que el entrevistado o divulgador de la noticia sea una persona no colegiada en alguno de los Colegios Oficiales de Podólogos del estado Español, vendrá obligado a identificar en los términos del apartado A), al profesional o persona jurídica por cuyo mandato tiene por objeto dar a conocer a dicho profesional o persona jurídica; así como los datos de carácter personal que le identifiquen.

## 2.- En relación al contenido

Los límites a las libertades de expresar y divulgar libremente los pensamientos, ideas y opiniones por cualesquiera medios de comunicación se establecen en la ilicitud de sus contenidos conforme a lo preceptuado en el art. 4 de la presente norma.

## 3.- Observancia de los derechos que la Ley establece para los consumidores.

Con carácter previo a la entrevista o divulgación de una noticia se informará de forma clara y precisa a los consumidores sobre el carácter publicitario de dicha entrevista o noticia, mediante la palabra "Publicidad".

## Artículo 7.- Ubicación, distribución y soporte

La publicidad podrá ubicarse o distribuirse en los espacios visados por el COPCYL y de la forma expresamente consentida por la Administración que ostente dicha competencia.

El soporte es libre, si bien no se utilizarán contenidos obscenos, ni textos, signos o imágenes que puedan vejar o menospreciar la dignidad de los pacientes, ni de ninguna profesión sanitaria incluida la propia.

## Artículo 8.- Consultas previas. Registro por el Colegio de Podólogos.

Cualquier anunciante, en el sentido del artículo 2, podrá solicitar del Colegio Oficial en el que estuviera colegiado o, en el supuesto de los profesionales comprendidos en el apartado (II) del artículo 2, del Colegio Oficial en cuyo ámbito pretenda ejercer transitoriamente, consulta en relación con si una determinada actividad publicitaria puede considerarse ilícita al amparo de lo dispuesto en la presente normativa. La contestación a dicha consulta, que deberá emitirse por la Junta de Gobierno en el plazo de dos meses, ampliables por causas justificadas, desde su recepción, se considerará vinculante para el Colegio Oficial, salvo que el propio Colegio manifieste la existencia de dudas razonables o controversia científica. En caso de falta de contestación en el plazo señalado se considerará que la publicidad podológica consultada no vulnera la presente normativa, sin que por ello el Colegio Oficial quede vinculado en relación con actividades publicitarias análogas. La contestación que emita el Colegio Oficial no podrá ser objeto de recurso alguno, sin perjuicio de que por los afectados se puedan recurrir las resoluciones que pudieran dictarse en un eventual procedimiento disciplinario. El Colegio Oficial remitirá al Consejo General copia de las contestaciones que emitan a las consultas, a fin de que por éste se mantenga un archivo de las mismas a disposición de cualquier Colegio Oficial.

## Artículo 9.- Régimen disciplinario.

1.- La realización de publicidad ilícita será considerada como una infracción disciplinaria, correspondiéndole la pertinente sanción, de conformidad con lo dispuesto en el Título VI del Estatuto Particular del Colegio de Podólogos de Castilla y León. Se considerará que concurre "riesgo para la salud o seguridad de las personas" en todos los supuestos en los que los destinatarios de la actividad publicitaria sean la población, en general, o un potencial paciente, en particular.

2.- La vulneración a lo dispuesto en el artículo 5 será considerado como falta leve, prevista en el artículo 77 del Estatuto Particular del Colegio, salvo que constituya falta de superior entidad.

3.- Los anunciantes incluidos en los apartados (I) y (II) del artículo 2 responderán disciplinariamente de forma personal y directa de los anuncios publicitarios que contravinieran la presente normativa. En el caso de los anunciantes comprendidos en el apartado (III) del artículo 2 responderán disciplinariamente de los anuncios publicitarios que contravinieran la presente normativa los podólogos vinculados contractual o societariamente, salvo que acrediten haber llevado a cabo cuantas actuaciones fueran exigibles para poner de manifiesto a tales anunciantes la disconformidad de la publicidad con la presente normativa y para evitar su divulgación. Excepcionalmente, en el caso de que el anunciante fuera una Clínica Podológica que no fuera propiedad de un podólogo, responderán disciplinariamente de los anuncios publicitarios que contravinieran la presente normativa los podólogos que desempeñaran el cargo de Director Clínico, no exonerándole de responsabilidad disciplinaria el hecho de haber puesto de manifiesto a tal Clínica Podológica la disconformidad de la

publicidad con la presente normativa o haber intentado evitar su divulgación, sin perjuicio de la consideración de tales hechos, en su caso, como circunstancias atenuantes.

4.- En el caso de los anunciantes previstos en el apartado (II) del artículo 2, el Colegio Oficial, una vez definitiva en vía administrativa la resolución que establezca que por éste se ha vulnerado lo previsto en la presente normativa, remitirá copia de la misma al organismo competente del Estado en el que se halle establecido.

Disposición Final.- Entrada en vigor.

La presente normativa entrará en vigor el día 1 de mayo de 2008.

No obstante, si a dicha fecha todavía no se hubiera autorizado la misma por el Tribunal de Defensa de la Competencia o no hubiera transcurrido el plazo de tres meses desde la solicitud de autorización, a los efectos de lo dispuesto en el artículo 25.a) de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, la entrada en vigor de la presente normativa se prorrogará hasta que se produzca cualquiera de las anteriores circunstancias.