

JOSÉ MANUEL ÁLVAREZ VIDAL PRESIDENTE DEL COLEGIO DE DENTISTAS DE PONTEVEDRA

► Desensmascarar la publicidad engañosa que hay detrás de algunas campañas que anuncian precios inusualmente bajos para tratamientos odontológicos. Es el objetivo de la campaña que el Colegio de Dentistas ha puesto en marcha para llamar la atención de clientes y administraciones

«No hace falta explicarle a nadie que un empaste no puede costar un euro»

POR: S. ALONSO
FOTOS: D.P.

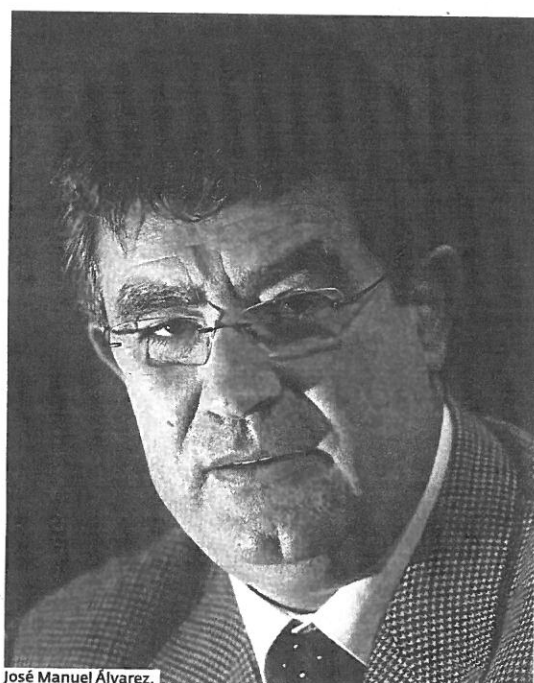
ESTÁ AL FRENTE del Colegio de Dentistas de Pontevedra desde el año 2007. José Manuel Álvarez Vidal (Redondela, 1955) alerta en esta entrevista sobre los enemigos que acechan a su profesión y a los 800 colegiados que integran este colectivo.

'A saúde non é cousa de risa' es el nombre de la campaña que ha puesto en marcha el Colegio. ¿Cuál es su objetivo?

El motivo de la campaña es llamar la atención sobre la agresividad de las campañas publicitarias. Sin estar en contra de las campañas en sí, lo cierto es que algunas de ellas dan una imagen que no representa a la profesión, banalizando.

Entiendo que lo dice respecto a los precios que estas campañas de salud bucodental anuncian...

Efectivamente. Algunas de estas campañas generan confusión. No hace falta explicarle a nadie que hay servicios que no pueden ser gratuitos y que un empaste no puede costar un euro. Lo que pretendemos es poner de manifiesto que la publicidad tan distorsionada que hay, que es cada vez más agresiva, en muchos casos da una visión meramente mercantilista de la profesión. Y esto no es así. Están apareciendo figuras nuevas en la relación entre paciente y médico que antes no existían.



José Manuel Álvarez.

«En la odontología preventiva, el bajón de clientes ha sido muy grande como consecuencia de la crisis»

¿Por ejemplo?

Por ejemplo la figura del asesor odontológico, que no sabemos muy bien lo que pinta, pero intuimos lo que pretende: ser un comercial que no tiene un fin te-

rapéutico. Y eso nos produce inquietud.

¿Qué puede hacer un ciudadano para identificar estas publicidades engañosas?

Lo principal es ser prudente y leer la letra pequeña. El gran problema son esos asteriscos y las campañas que hablan de precios «desde». Estas situaciones son engañosas y generan expectativas que no se llegan a cumplir, lo que en muchos casos acaba en reclamaciones o denuncias.

No cabe duda de que las grandes corporaciones lo tienen más fácil para llegar a un público masivo a través de campañas publicitarias... Sin duda. El inversor lo que busca es beneficio. Y no le va a importar que la salud bucodental de los pontevedreses sea mejor ahora o dentro de cuatro años. A un inversor lo único que le interesa es que el negocio sea rentable y beneficioso.

Al final parece que, en su sector, se podría aplicar el refrán que dice que «lo barato siempre sale caro», ¿no?

Suele suceder. De hecho, en estas campañas quiere transmitirse un mensaje de abaratamiento de los tratamientos que luego no se cumple. Lo que recomendamos a la población es que sea prudente.

¿Ha notado un descenso de clientes con motivo de la crisis?

Sí, sobre todo en la odontología preventiva. En la curativa no tanto. En la preventiva, el bajón de

clientes ha sido muy grande como consecuencia de la crisis.

¿Se ha ajustado el cinturón el sector?

Si no te lo ajustas, te lo ajustan. Hay clínicas que lo están pasando bastante mal. A la crisis se está uniendo otro factor que está haciendo mucho daño al sector: el número de profesionales se ha disparado en los últimos años. Antes, la Organización Mundial de la Salud recomendaba la existencia de un dentista por cada 1.500 habitantes. Ese número se duplicó en Pontevedra hace cinco años. Esto ha provocado un aumento de la oferta y un descenso de la demanda.

Cuando le preguntaba sobre apretarse el cinturón me refería a la bajada de las tarifas. Ir al dentista es casi sinónimo de gastar mucho dinero, ¿me equivoco?

No voy a negar que los tratamientos son onerosos. Por eso solicitamos a las administraciones públicas cierto tipo de ayudas o aumentar la cartera de servicios públicos, pero la salud bucodental es fundamental a nivel sanitario y para mantener la calidad de vida de los ciudadanos.

¿Cuáles son las necesidades del sector a corto plazo?

Queremos convencer a las autoridades de la importancia de que los servicios sanitarios estén más controlados. De hecho, algunas de las campañas que hay en la actualidad en la televisión no deberían estar emitiéndose porque son engañosas. A pesar de que el mercado es libre, algunas cosas deberían controlarse más, sobre todo aquellas que tienen que ver con la salud.

¿Qué opina de los negocios ilegales y del intrusismo laboral en el sector?

Denunciar este tipo de actuaciones y prácticas es nuestra obligación como colegio. Todo aquello que pensemos que es ilegal tenemos que denunciarlo.

¿Le consta que haya clínicas clandestinas en la provincia?

Me lo supongo. No es que tenga pruebas para poder denunciarlo, pero por los datos que tenemos, podemos decir que existen.



CUPÓN PEDIDO DE SUSCRIPTORES I GUERRA MUNDIAL EN COLOR

Sólo se aceptarán los pedidos recibidos antes del 26 de marzo.

Si desea adquirir su colección 'I Guerra Mundial' (formada por 12 DVD's: 6 documentales y 6 películas), sólo tiene que rellenar el cupón adjunto con sus datos y enviarlo a Diario de Pontevedra (Lepanto 5, 36001 Pontevedra) indicando en el sobre 'I Guerra Mundial' o si lo prefiere al fax número 986 011 144. El coste de la colección es de 12 euros*.

Nombre.....Apellidos.....

Dirección

TeléfonoPoblación

D.N.I. N.º Suscriptor

Número de colecciones que desea (MÁXIMO 2 POR SUSCRIPTOR).....

Marque con una X la forma de entrega que desea:

Envío a domicilio (coste adicional: 3 euros - Total: 15 euros)*

Entrega sin coste adicional en las oficinas de Diario de Pontevedra (Lepanto 5, Pontevedra). Total: 12 euros.*

Los datos aquí facilitados serán incorporados a un fichero automatizado de datos debidamente inscrito en la Agencia de Protección de Datos, cuya titularidad corresponde a LEREZ EDICIONES (Diario de Pontevedra) y cuya finalidad será la gestión de la relación con los clientes y su seguimiento así como informar sobre actividades, productos y servicios que resulten de su interés. Se podrán ejercer los derechos de acceso, cancelación o rectificación u oposición, poniéndose en contacto mediante carta dirigida a la sede central de esta empresa, sita en la calle Lepanto 5, 36001 Pontevedra.