

Publicidad médica en redes sociales

 Mireya González Blanco.

Directora/Editora

Recientemente, hemos visto con preocupación la proliferación de publicidad inadecuada dirigida a promover los actos médicos. Dicha publicidad atenta contra la regulación que existe en el país. Es imprescindible recordar que la publicidad del ejercicio profesional del médico en Venezuela está regulada específicamente por la Ley de Ejercicio de la Medicina (1) y por el Código de Deontología Médica (2). En vista de esta preocupación, hemos decidido dedicar este editorial al tema de la publicidad médica en redes sociales.

Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común, que permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información. Estas redes son útiles para comunicar y compartir opiniones o informaciones, imágenes, videos, documentos, etc., y mantener o establecer contacto con otros alrededor del planeta. Además, son de gran importancia porque el enorme caudal de información que circula en las redes sociales permite a los usuarios mantenerse informados sobre acontecimientos o temáticas de interés. También juegan un papel relevante como medio de entretenimiento y distensión. Un aspecto a destacar es que muchas redes sociales se han erigido como canales para la compra y venta de bienes o servicios. En diversas plataformas, el usuario puede seguir a los

negocios, comercios o trabajadores independientes que sean de su agrado y establecer con ellos relaciones comerciales (3).

La publicidad en redes sociales es una de las herramientas principales del *marketing* digital; se refiere al uso de diversas plataformas para promocionar productos, servicios o marcas. Los anuncios en redes sociales pueden adoptar varios formatos dependiendo de la plataforma en la que se lancen. Estos formatos pueden ser imágenes, vídeos, historias, carruseles (varias imágenes o videos que se deslizan), publicaciones en el *feed*, en las historias o en los resultados de búsqueda, entre otros (4). El concepto de publicidad orgánica en redes sociales se refiere a los contenidos y *posts* que se suben a través de cuentas personales o de negocio en redes, estas publicaciones suelen presentar información sobre una empresa y los productos o servicios que se ofrecen. La idea es que los usuarios se sientan atraídos orgánicamente por la página y se involucren con las publicaciones generando comunidad. En general, la publicidad en redes sociales permite mantener una presencia activa en línea y ayuda a construir credibilidad y confianza del consumidor y a establecer conexiones significativas con los consumidores objetivo; además, aumenta la visibilidad y conciencia de marca y dirige tráfico de clientes potenciales a la página o plataforma en cuestión, generando más oportunidades de venta (5).

En este punto es bueno establecer que el problema no está en las redes sociales, su impacto en la vida moderna es inmenso y positivo. Son parte de esa tecnología que, bien utilizada, permite avanzar en múltiples áreas de la

Correo de correspondencia: mireyagonzalez@gmail.com / rogvenezuela@gmail.com

Forma de citar este artículo: González-Blanco M. Publicidad médica en redes sociales. Rev Obstet Ginecol Venez. 2025; 85(3):319-322. DOI: 10.51288/00850303

vida diaria. El problema está en el uso inadecuado del recurso y en el incumplimiento de los códigos legales y éticos establecidos.

Es un hecho evidente que en los últimos tiempos han aparecido con frecuencia en medios de difusión masiva o selectiva, entre ellos, las redes sociales, mensajes que promocionan en forma explícita o encubierta tratamientos realizados por ciertos médicos, o que destacan características personales de algunos de ellos, con el objeto evidente de atraer pacientes. Dichos anuncios incluyen información sobre honorarios profesionales y promociones en los que se ofertan varios servicios por un precio único, los llamados combos, e incluso sorteos y rifas de servicios profesionales médicos o quirúrgicos, que desvirtúan la razón de ser del diagnóstico médico y de las decisiones terapéuticas dirigidas a cada caso particular, dejando de lado la individualización del paciente como criterio profesional y ético fundamental. Todo ello, ignorando las regulaciones legales y éticas establecidas en los instrumentos normativos mencionados.

Es imprescindible recordar, como señalamos previamente, que la publicidad del ejercicio profesional del médico en Venezuela, está regulada específicamente por la Ley de Ejercicio de la Medicina (1) y por el Código de Deontología Médica (2). La primera, establece, en el Artículo 14, que el médico o médica tiene derecho a anunciarse para el ejercicio profesional en general y señala que, el anuncio del médico o médica deberá tener la aprobación del Colegio de Médicos o de la Organización Médico-Gremial (1).

Por otro lado, en el articulado del Código de Deontología Médica, se establece que la medicina es una profesión noble y elevada y no un simple comercio (Artículo 19), además, el Artículo 20 señala que se considera contrario a la moral médica cualquier publicidad encaminada a atraer la atención del público profano hacia la acción profesional, con excepción de

los avisos en la prensa autorizados por el respectivo Colegio de Médicos. A su vez, las reglas para ofrecer los servicios profesionales están claramente establecidas en el Artículo 27, y las características de los anuncios expresamente reñidos con las normas de ética están descritos en el Artículo 28 (2).

Es deber del profesional médico leer y detallar estos instrumentos normativos del ejercicio de la profesión, para evitar caer en errores y faltas disciplinarias que afectan la majestad de la profesión médica.

Al respecto, recientemente, se han publicado varios documentos emitidos por la Academia Nacional de Medicina (ANM) (6), el Colegio de Médicos de los Estados Aragua (7), Falcón (8) y Anzoátegui (9), entre otros, y la Federación Médica Venezolana (FMV), a través de su Tribunal Disciplinario (10) y del Comité Ejecutivo (11).

El comunicado de la ANM (6) expresa la preocupación del ente, ante la proliferación de anuncios y propagandas que violan el Código de Deontología Médica, en ocasiones haciendo publicidad engañosa hacia el público en general. Señala que son contrarios a la moral médica cualquier publicidad encaminada a atraer la atención del público hacia la acción profesional, así como permitir que este tipo de avisos sea radiado, televisado o proyectado en pantallas cinematográficas o en redes sociales, o exhibidos en lugares inadecuados o sitios que comprometan la seriedad de la profesión. No es ético para el médico que realice una campaña pública de carácter preventivo o curativo, valerse de esta función para incrementar su clientela particular.

El Tribunal Disciplinario del Colegio de Médicos del Estado Aragua (7) expresó su rechazo a toda publicación antiética, encaminada a ofrecer o inducir al público a concursos, rifas, descuentos, combos, ofertas, para procedimientos que son de exclusiva

indicación médica en situaciones particulares del paciente. En este sentido, también el Colegio de Médicos del Estado Falcón (8) publicó un comunicado en el que establece que no se debe publicitar actos médicos cantando, bailando, brincando, ni haciendo coreografías o mostrando habilidades artísticas en áreas que lleven a riesgo de contaminación, generen distracción en el acto que se esté realizando o programando y resten la seriedad requerida. La idea es reforzada por el comunicado del Colegio de Médicos del Estado Anzoátegui (9), según el cual, la publicidad de servicios médicos debe ser veraz, objetiva y limitada a información profesional.

Por su parte, el Tribunal Disciplinario de la FMV (10) se dirigió al gremio para exhortar a los médicos venezolanos a abstenerse de participar en campañas publicitarias que comprometan la ética profesional; a denunciar ante sus respectivos Colegios cualquier conducta que vulnere el Código de Deontología Médica y la Ley del Ejercicio de la Medicina, y a promover una cultura de respeto, sobriedad y responsabilidad en la relación médico-paciente.

Finalmente, el Comité Ejecutivo de la FMV (11) también se pronunció en este sentido. Recuerda que son contrarios a la moral médica: cualquier publicidad encaminada a atraer la atención pública hacia el ejercicio profesional, sin la autorización del respectivo Colegio de Médicos y permitir la exhibición de actos médicos y con exposición de pacientes. Así mismo, describe que están expresamente reñidos con las normas de ética los anuncios que prometan la prestación de servicios gratuitos, solidarios o populares, o los que explícitamente mencionen tarifas de honorarios, los que impliquen propaganda mediante tarjetas públicas repartidas en forma de volantes o cualquier otro medio de publicidad. Finaliza señalando que quienes infrinjan la Ley de Ejercicio de la Medicina o el Código de Deontología Médica, estarían incurso a ser sancionados con la suspensión del ejercicio.

Ante esta situación, las reacciones en los profesionales de salud han sido variadas. La gran mayoría está de acuerdo con la regulación, sin embargo, se menciona que las normas no están acordes con los avances tecnológicos. Es preciso que las autoridades gremiales se aboquen a la actualización de tales instrumentos normativos, a fin de que sean más cónsonos con la realidad actual. Mientras tanto, los profesionales médicos deben acogerse a los documentos normativos vigentes a fin de ejercer la profesión de la forma más ética posible, y evitar las eventuales sanciones.

REFERENCIAS

1. Ley del Ejercicio de la Medicina [Internet]. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.823 (19 de diciembre de 2011) [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://alc.com.ve/wp-content/uploads/2013/10/Ley-del-Ejercicio-de-la-Medicina.pdf>
2. Código Deontología Médica. Aprobado originariamente durante la CXXXIX reunión extraordinaria de la Asamblea de la Federación Médica Venezolana (18 y 19 de octubre de 2003). Aprobada durante la CXL reunión extraordinaria de la Asamblea de la Federación Médica Venezolana (24-26 de octubre de 2004) [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/32938/5ta_sesion_codigoetica.pdf;jsessionid=AA B 5 8 C 7 2 B 3 B 8 E 6 9 2 5 F 3 C D 8 1 F 5 B D 6 3 9 F 1 ?sequence=8
3. Redes Sociales [Internet]. En: Enciclopedia Concepto. Buenos Aires: Editorial Etecé; 2025 [actualizado 21 de marzo de 2025; consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://concepto.de/redes-sociales/>.
4. Publicidad en redes sociales: qué son, usos y estrategias [Internet]. Madrid: Universidad Europea; 2024 [actualizado 14 de noviembre de 2024; consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://universidadeuropea.com/blog/publicidad-redes-sociales/>
5. ¿Qué es la publicidad en redes sociales? Definición y estrategias [Internet]. Madrid: Influency; 2024 [actualizado 19 de abril 2024; consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://influency.com/blog/es/que-es-la-publicidad-en-redes-sociales-definicion-y-estrategias>

6. Academia Nacional de Medicina. Posición ante los avisos publicitarios inadecuados [Internet]. Caracas: ANM; 6 de agosto de 2025 [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://academianacionaldemedicina.org/de-interes/la-academia-nacional-de-medicina-posicion-ante-los-avisos-publicitarios-inadecuados/>
7. A la comunidad médica nacional [Internet]. Maracay: Colegio de Médicos del Estado Aragua. Tribunal disciplinario. 15 de agosto de 2025 [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/DNDwkpVuFgF/?igsh=MXY3OWkzMXN0YXR4bQ==>
8. Comunicado [Internet]. Coro: Colegio de Médicos del Estado Falcón; 3 de agosto de 2025 [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/DM6SzrixE1F/?igsh=MWFzN3U2a2o3azNzMw==>
9. A la comunidad médica del Estado Anzoátegui. A la población general [Internet]. Colegio de Médicos del Estado Anzoátegui. 15 de agosto de 2025 [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/DNYAMxHOaec/>
10. Comunicado al gremio médico nacional [Internet]. Caracas: Federación Médica Venezolana. Tribunal Disciplinario; 2025 [consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://www.sogvzla.org/wp-content/uploads/2025/08/comunicado-gremio-mdico-tribunal-disciplinario-fmv.pdf>
11. Comunicado. Colegios de Médicos, Tribunales Disciplinarios, Médicos en general [Internet]. Caracas: Federación Médica Venezolana. Comité Ejecutivo; 2025 [publicado 21 de agosto de 2025; consultado 27 de agosto de 2025]. Disponible en: <https://x.com/fmvoficial2023/status/1958627208194617474?s=12>