



ARTÍCULO

Relación entre publicidad engañosa y responsabilidad médica por cirugías plásticas con fines estéticos

Autores:

Jorge Fernández Mayorga
Universidad Benito Juárez
jorgefernandez@cmlabogados.co

Marco Antonio Macaña
Universidad Santiago de Cali
macana2311@hotmail.com

FICHA TÉCNICA

Autores: : Jorge Fernández Mayorga, Marco Antonio Macaña
Año de Publicación: 2023

Título del artículo: Relación entre publicidad engañosa y responsabilidad médica por cirugías plásticas con fines estéticos

Nombre de la revista: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

DOI: <https://doi.org/10.18566/rfdcp.v53n138.a11>

En la búsqueda de la belleza y la perfección estética, la cirugía plástica se ha convertido en una opción cada vez más común para quienes desean mejorar su apariencia. Sin embargo, en este camino hacia la transformación física, surge una preocupación importante: la relación entre la publicidad engañosa y la responsabilidad médica en el campo de la cirugía plástica estética.

Este estudio se adentra en la forma en que algunas clínicas estéticas brindan sus servicios y logran atraer a los consumidores mediante prácticas publicitarias engañosas. Y para abordar este complejo tema, los autores se basaron en cuatro aspectos fundamentales.

Uno de los aspectos fue definir y comprender los conceptos clave, como la publicidad engañosa, la publicidad exagerada y la responsabilidad médica. Estos conceptos conforman la base sobre la cual se exploró la interacción entre la promoción de servicios de cirugía plástica y la ética médica.

Así mismo, se analizó la responsabilidad médica en el contexto de la cirugía plástica estética, examinando las expectativas y obligaciones de los profesionales de la salud en este campo, así como las implicaciones legales en caso de problemas o insatisfacción del paciente.

También el análisis de datos estadísticos relacionados con la publicidad engañosa en la cirugía plástica estética. Esto incluye ejemplos de campañas engañosas y su impacto en el público.

Y, por último, el estudio exploró la relación directa entre la publicidad engañosa y la responsabilidad médica en el contexto de la cirugía plástica estética.

Como resultado, para llevar a cabo el análisis de los aspectos previamente mencionados, se empleó una metodología multifacética. Utilizando el método de análisis e interpretación de documentos publicitarios producidos por clínicas especializadas en cirugía plástica estética.

Además, se examinó la doctrina y jurisprudencia relacionada con la responsabilidad médica en este campo. Para complementar esta investigación, se llevaron a cabo entrevistas aleatorias en la recepción de algunas clínicas y consultorios especializados que practican cirugías plásticas con fines estéticos. Estas entrevistas proporcionaron información valiosa sobre las estrategias de promoción utilizadas por los profesionales de la cirugía plástica y su percepción de la relación entre publicidad y responsabilidad médica.