

REGLAMENTO DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS
Texto Ordenado aprobado Reunión de Consejo Asesor
15 de abril 2023

De acuerdo con el Art. 22º de la Ley 3950; el Art. 2 inc. a) del Estatuto del Colegio de Odontólogos de la Provincia de Santa Fe, el art. 87 y siguiente del Título II- Capítulo VI del Código de Ética de los Profesionales del Arte de Curar (Decreto- Ley 03648) y los antecedentes reglamentarios de Comunicación Publicitaria aprobados por el Cuerpo Intercolegial Odontológico Nacional el 15 de marzo de 1988, la Mesa Directiva propone al HONORABLE CONSEJO ASESOR la aprobación de la siguiente Reglamentación, que fija pautas relacionadas con el tema, enfocando las mismas dentro de los actuales medios de comunicación, evitando el mercantilismo y la difusión de información incorrecta atentatoria contra la salud de la población y preservándola.

No se trata de establecer una censura previa puesto que lo que se intenta es la preservación del "bien salud", que por elementales razones de política sanitaria no puede ni debe dejarse librado a la posterior corrección de los hechos, que deben considerarse ya irreparables, respecto de la seriedad científica y fijando pautas de decoro profesional.

La exigencia de requerir autorización previa sobre anuncios referidos a la odontología que establece la Ley 3950, tiene vigencia en tanto y en cuanto las normas de publicidad que establezca el Colegio se encuentren en consonancia con las exigencias y necesidades de la población a la que se destina.

En una reglamentación actualizada debe diferenciarse

a) la promoción de servicios odontológicos

b) la información científica a la comunidad profesional y a la población.

En ambos conceptos deben primar las normas éticas de la profesión que tienen como objeto preservar el decoro (buen nombre y honor) de la profesión y un resultado óptimo y favorable para el destinatario del mensaje.

Es por ello que debe determinarse el concepto de decoro profesional y a ello están dirigidas las pautas sobre las dimensiones del anuncio, el tipo de promoción, el lugar, tamaño, medio, materiales, adjetivaciones, etc.

Esto resulta importante ubicarlo en una época en la que la publicidad es de fundamental uso para los objetivos de conocimiento y consumo en una economía de mercado.

La profesión- sin embargo- debe hacer primar el contenido del servicio sobre las formas y por lo tanto será importante que todos los servicios que se ofrezcan sean efectivamente brindados, que se limiten las adjetivaciones que lo convierten en un producto netamente comercial, que siempre se consigne el nombre de los profesionales y, en el caso de las asociaciones, empresas, etc., siempre debe consignarse el profesional Director del establecimiento, clínica centro, entidad por abono, etc.,

ARTICULO 1: los profesionales odontólogos inscriptos en la matrícula respectiva, están obligados a solicitar por escrito a la Mesa Directiva de la Circunscripción que corresponda, la autorización previa para ofrecer al público sus servicios profesionales, en el orden de las instituciones relacionadas con el Arte de Curar (Sociedades por Abono, etc.) la obligación que surge del presente artículo corresponde al profesional que actúe en la dirección de la misma.

ARTICULO 2: La comunicación publicitaria podrá realizarse en forma escrita o a través de chapas murales, diarios, revistas, guías telefónicas, envíos por correo con destino fijo y nombre del destinatario, televisión y por cualquier otro medio manteniéndose la veracidad del contenido, la exactitud del mensaje y el decoro y dignidad profesional.

a) Se considera que garantiza la veracidad del contenido cuando las características, definiciones, títulos invocados, servicios atendidos, horarios, etc., sea exacta y verificable.

b) Se considera garantizada la exactitud del mensaje cuando éste se ajuste a conceptos firmes aceptados por la ciencia y tecnología odontológica.

c) Se considera que se garantiza el decoro profesional cuando el anuncio, en su texto, tamaño, diagramación, lugar o medio de exhibición no sea exagerado o discordante con la seriedad que implica la profesión ni contenga características comerciales o de promoción y demanda de consumo, ni esté unido a productos comerciales en forma directa o indirecta.

d) Estas definiciones son enunciativas y no taxativas.

ARTICULO 3: Se crea dentro de cada Circunscripción del Colegio de Odontólogos, el Registro de autorizaciones otorgadas y de los antecedentes relacionados con las mismas. Asimismo, y para los supuestos de anuncios en medios gráficos (diarios, revistas, publicaciones, etc.) televisión, Internet, cine, o radio, se aprueba con carácter de anuncio tipo que no requerirá autorización previa el siguiente:

APELLIDO Y NOMBRE

TITULO UNIVERSITARIO

NUMERO DE MATRICULA

TEL - DIRECCION

HORARIO DE ATENCION

OBRAS SOCIALES (Si las enumera no más de cinco)

Los anuncios podrán incluir nombre y apellido, número de matrícula, títulos universitarios, atención a particulares y/u obras sociales (pudiendo nominar no más de cinco), horarios de atención, urgencias o urgencias a domicilio, número telefónico, dirección, especialidad (según normas del Reglamento de Especialidades) y la atención de hasta dos ramas de la odontología.

En el caso de establecimientos (Consultorios, Centros, Institutos, etc.) donde se desempeña más de un profesional, se autorizará el anuncio de hasta dos actividades por odontólogo, debiendo especificarse las que correspondan a

cada uno de ellos. Se considera como tales las que constituyen las currículas de las Facultades Nacionales de Odontología. De acuerdo con el siguiente detalle:

1) Operatoria Dental 2) Odontología Integral 3) Estomatología 4) Cirugía 5) Periodoncia 6) Endodoncia 7) Ortodoncia 8) Odontopediatría 9) Odontología Preventiva 10) Prótesis 11) Implantes 12) Blanqueamiento.

ARTICULO 4: Los Consultorios, Centros o Institutos de Especialidades Odontológicas que deseen anunciarse como tales, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- El anuncio de Especialidades estará limitado a las reconocidas por el Colegio y sin que puedan agregar en el anuncio como especialista otras ramas o actividades odontológicas.
- El profesional que se anuncie como especialista deberá consignar en el texto la entidad otorgante del título o certificado (Art. 1º Ley 12.094). El anuncio realizado de este modo no le impedirá realizar prácticas odontológicas ajenas a su especialidad.
- Cuando el establecimiento lleve la denominación genérica de especialidades o de alguna en particular, todos los integrantes del mismo deberán ser especialistas registrados en el Colegio.
- En todos los casos se deberán consignar los nombres de los especialistas.

ARTICULO 5: Se consideran reñidos con toda norma ética los anuncios que contengan alguna de las siguientes características:

a) Los de tamaño desmedido:

I) En placas para consultorios: tamaño máximo 1.600 cm².

II) Letreros en la vía pública: podrán ser luminosos. PLACA DE ACRILICO O SIMILAR EN FORMA DE CAJA CON ILUMINACION EN SU INTERIOR – o iluminados-PLACA DE METAL O SIMILAR CON FUENTE LUMINICA EXTERNA (REFLECTOR) PERMANENTE NO INTERMITENTE, en todos los casos con luz fija, debiendo colocarse adosado a la fachada del edificio. Superficie total máxima: 10.000 cm²- Centros, Institutos: 25.000 cm².

En el caso que el letrero o cartel se ubique alejado del consultorio profesional, se deberá tener en cuenta el contexto y similares donde se instale, en cuyo caso podrá ampliarse las medidas, los mismos no deberán sobresalir al promedio reinante en el lugar.

- Luz de neón: no se permite su uso.

III) Logotipos: Las siglas, símbolos o logotipos referentes a la odontología, o fotografías de sonrisas, mostrando piezas dentales o su ausencia, no podrán exceder del 15% del espacio total del anuncio.

En los casos de placas para consultorios y letreros en la vía pública sólo se permitirá incluir el nombre y logo del establecimiento y/o de los profesionales y el título.

IV) En diarios, revistas, publicaciones, etc.: medida no superior a 40 cm².

V) En televisión y cine: previa autorización de Mesa Directiva, mediante placas fijas, transparentes o no, según corresponda por sus características técnicas de emisión. En el caso de programas de salud en dicho medio y que sean invitados a participar, podrán auspiciar antes y después de desarrollado el mismo, no en el lapso ni previa o posteriormente de emitir el mensaje de salud.

VI) En radio: deberá observar condiciones de discreción en el tono de emisión y sonido.

VII) En Internet: de acuerdo con el art. 3.

Se autorizará la inclusión de fotografías del profesional y/o del consultorio, manteniendo la veracidad de las mismas (fotos propias).

b) Los que ofrezcan a plazo fijo o infalible la pronta curación de determinadas enfermedades.

c) Los que prometen la prestación de servicios en forma gratuita o los que explícita o implícitamente mencionan ventajosas tarifas de honorarios.

d) Los que por su particular redacción o ambigüedad, induzcan a error o confusión respecto a la identidad, título profesional o jerarquía universitaria del anunciante. Los profesionales que pertenezcan al cuerpo docente de la Universidad son los únicos que pueden anunciarse con el título de profesor, siempre que se especifique la cátedra o materia de designación como tal.

e) Los que llamen la atención sobre sistemas, curas, procedimientos especiales, exclusivos o secretos, o se presten a crear confusión en la población.

f) Los que importen reclamo mediante el agradecimiento de pacientes por cualquier medio de comunicación.

g) Los que aún cuando no infrinjan alguno de los apartados del presente artículo, sean difundidos a través de medios publicitarios que comprometan el buen gusto, la seriedad y la ética profesional.

h) En caso de ausencia del profesional se autorizará su anuncio previo, indicando el período pero sin explicitar el motivo. Si la ausencia fuera motivada por la asistencia a cursos, congresos o la obtención de algún título o grado relacionado con la profesión odontológica, se autorizará su anuncio con posterioridad al evento y previa acreditación en forma documentada ante la Mesa Directiva.

i) Los difundidos en oportunidad de participar en programas radiales o televisados con el marcado objeto de auto publicitarse. No es ético el ejercicio de la odontología mediante consultas exclusivamente por carta, teléfono, radio o prensa, es decir, aquellas en las que no se da una relación inmediata cara a cara, entre Odontólogo y paciente.

j) Los transmitidos por altoparlante, y los repartidos en forma de volantes o tarjetas, no distribuidos por el correo y con destino preciso.

k) Los que utilicen o mencionen medios de diagnóstico, de prevención, curación, antisepsia o de cualquier otro tipo, o refieran a la utilización de determinado instrumental o aparatología.

ARTICULO 6: La Mesa Directiva otorgará la debida autorización de los anuncios publicitarios, siendo condición indispensable hallarse al día con todas las obligaciones para con el Colegio (cuotas de colegiación, créditos, etc.) y llenar el formulario respectivo.

ARTICULO 7: Toda autorización de anuncio concedida por la Mesa Directiva, caducará de inmediato si se modificare el texto originalmente aprobado.

ARTICULO 8: Las infracciones al presente Reglamento serán penadas con multas de \$ 176.84, Ley 3950, Decreto 455/94 art. 22, que se irá duplicando en caso de reincidencia, sin perjuicio de la sanción de carácter ético que pudiere corresponder.

ARTICULO 9: Todo cuanto no se halle contemplado en este Reglamento será resuelto por la Mesa Directiva teniendo en cuenta el espíritu del mismo.

(*) En el caso de los IMPLANTES DENTALES, se consultó con las Facultades de Odontología para conocer de qué modo se halla prevista su enseñanza en las respectivas currículas a fin de resolver si podría ser considerada una rama de la Odontología.

Las Facultades que respondieron la consulta (Buenos Aires, La Plata, Nordeste, Cuyo, Rosario, Tucumán y Maimónides) no tienen prevista la enseñanza de la implantología como una materia, sino que la incluyen dentro de otras asignaturas.

Por tanto no se autorizará su anuncio Publicitario como rama de la odontología pudiendo solamente consignarse "Prótesis sobre Implantes".

COLEGIO DE ODONTÓLOGOS DE LA PROVINCIA DE SANTA FE
2DA. CIRCUNSCRIPCIÓN
Ley 3950 y sus modificatorias

Rosario.....

En la fecha se presenta el/la Odontólogo/a..... Matrícula N°..... con domicilio en calle.....

Y por este acto solicita autorización para publicar en

.....

El texto de anuncio que se transcribe, tomando formal conocimiento de lo dispuesto por el Art. 22 de la Ley 3950 con sus modificatorias que dice:

“Los anuncios por cualquier medio o en cualquier forma relacionados con el Arte de Curar serán previamente autorizados para su publicación por la Mesa Directiva de la Circunscripción que corresponda”, disposiciones concordantes del Código de ética de los Profesionales del Arte de Curar Ley 4931 y Reglamentos de Especialidades del Colegio de Odontólogos.

TEXTO:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Leído y ratificado lo que antecede firma para constancia

.....
Firma y sello profesional.