



REGLAMENTACION DEL CAPITULO V del CODIGO DE ETICA Y DISCIPLINA

I. Introducción

El presente proyecto tiene como objetivo REGLAMENTAR EL CAPITULO V DEL CODIGO DE ETICA Y DISCIPLINA a los efectos de unificar, clarificar y pautar el derecho a publicidad de los profesionales odontólogos que se desempeñan como tal en el ámbito de la Provincia de Santiago del Estero fijando las pautas que debe contener los anuncios, fuera de las cuales, se entiende que los mismos contrarían la seriedad y la ética en materia de publicidad odontológica.

Estas regulaciones buscan mantener la dignidad y la ética profesional, evitar la competencia desleal como así también proteger al público garantizando información precisa y no engañosa. -

II. Justificación

La normativa actual carece de reglamentación lo que torna dificultosa y provocando confusión a la hora de aplicar los mandatos que esta importa. Por ello, ante la evolución acelerada de los conocimientos científicos, y técnicos se hace necesario revisar y actualizar los articulados referidos a la publicidad y propaganda de los servicios odontológicos estableciendo pautas precisas en beneficio de los pacientes y de la profesión. -

La labor de los odontólogos como publicistas es ponderable cuando se realiza con el objetivo de intercambiar conocimientos científicos, gremiales o culturales. Su función se limitará a difundir la información que el público necesita conocer para apoyar a los profesionales en su lucha contra las enfermedades.

Así, quien desee promover su actividad profesional, comunicar datos de investigaciones propias o de terceros, opinar sobre cuestiones vinculadas a nuestra ciencia, o realizar tareas de promoción, prevención y educación odontológica, a través de los medios de



comunicación masiva, deberá garantizar la veracidad del contenido, la exactitud del mensaje, el decoro y la dignidad profesional.

III.

El actual Código de Ética y Disciplina refiere al tema en tratamiento en su CAPITULO V “DE LO RELACIONADO CON LA PUBLICIDAD Y/O ANUNCIOS” en los artículos del 23 al 26 y dice:

Se considera contrario a la Ética:

ARTICULO 23º: *Publicar trabajos científicos en medios de prensa o revistas no científicas o por cualquier otro medio de comunicación masiva.*

ARTICULO 24º: *Utilizar la divulgación científica en conferencias o artículos dirigidos al público en general para facilitar la promoción o propaganda personal del conferencista o autor del artículo.*

ARTICULO 25º: *Plagiar, en su todo o parte, la publicación de trabajos científicos.*

ARTICULO 26º: *Los anuncios profesionales que reúna una o más de las siguientes características: a) no contar con la autorización previa del Colegio; b) los difundidos por radios y altoparlantes; c) los que utilizan pantallas cinematográficas televisivas o murales; d) los realizados en forma de folletos o volantes callejeros, y los difundidos en tarjetas, salvo que estas fueran distribuidas por correo; e) los difundidos en periódicos, diarios, guías o revistas que por las habituales características de sus contenidos comprometan la seriedad y jerarquía de la profesión; f) los que excedan o se contrapongan a las especificaciones contenidas en el reglamento de publicidad vigente; g) los que por su redacción induzcan a errores o confusión de los pacientes; h) los que llamen la atención sobre procedimientos especiales, exclusivos o infalibles.*



REGLAMENTO DEL CAPITULO V

ARTÍCULO 1º: Se reconoce el derecho a la publicidad:

- a) A los profesionales odontólogos, considerados individualmente o como equipo.
- b) A las entidades de carácter privado que patrocinen, financien, administren o presten servicios de odontología, en tanto se encuentren debidamente registradas ante la autoridad competente, por intermedio del Profesional Odontólogo Responsable. –

ARTÍCULO 2: Podrá realizarse la publicidad a través de: 1) Placa profesional; 2) Avisos en prensa escrita, radio y televisión; 3) Recetarios, tarjetas y papelería en general; 4) Guía telefónica o comerciales análogas; 5) Revistas y/o publicaciones científicas; 6) Plataformas, aplicaciones o páginas de Internet, tales como Facebook, Instagram, Tweeter, You Tube y/o cualquier otra red social que posibilite difundir cuestiones sobre el ejercicio de la profesión; 7) Carteles indicadores o publicitarios y/o ploteos en general.

Los medios de publicidad deberán ajustarse a las características y condiciones que a continuación se detallan:

- 1) Placa profesional: deberá contener los datos consignados en el artículo 2º del presente. Dimensiones: No podrá superar como límite máximo los seiscientos centímetros cuadrados (600 cm²) de superficie total, por profesional.
- 2) Avisos por guía telefónica o comerciales análogas, prensa escrita, radio y televisión: podrán emplear imágenes relacionadas a la profesión, que respeten la ética de la profesión cuidando que por su ambigüedad puedan inducir al engaño, confusión o error en los pacientes.
- 3) Los recetarios, tarjetas, papelería en general y sellos que utilizan los odontólogos están sujetos a las disposiciones de este reglamento.
- 4) La publicidad en formato video para medios televisivos o digitales, cualquiera esta sea, se podrán emplear imágenes relacionadas a la profesión siempre que respeten la ética de la profesión cuidando de que por su ambigüedad puedan inducir al engaño, confusión o error en los pacientes.
- 5) Revistas y/o publicaciones científicas: solo podrán incluir imágenes destinadas a



ilustrar los contenidos científicos del texto.

6) La publicidad por medio de plataformas a través de Internet, tales como Facebook, Instagram, Tweeter, You tube y/o cualquier red social que posibilite hacer difusión de cualquier actividad relacionada con el ejercicio de la profesión está sujeta a las disposiciones del presente Reglamento.

7) Cartel indicador o publicitario podrán estar dotados de iluminación fija, a fin de posibilitar su visualización nocturna. La dimensión total del cartel no podrá exceder como máximo la superficie de cuatro metros cuadrados (4 m²).

8) Ploteos: Se permite el ploteo de vidrios y cortinas de protección solo con imágenes odontológicas o vinculadas con alguna especialidad.

El cartel indicador y las placas profesionales deberán ser fijadas sobre el frente de la unidad asistencial habilitada y no podrán avanzar sobre el espacio público.

ARTÍCULO 3: En toda publicidad realizada por los sujetos mencionados en el art. 1º inc. a) de la presente, es obligatorio consignar de manera CLARA, VISIBLE y LEGIBLE los nombres, apellidos, matrícula profesional provincial, Título de Especialista si lo tuviere y en tal caso número de registro otorgado por el COSE, del profesional responsable de la misma.

No será necesario solicitar autorización previa del Colegio Odontológico si la publicidad se limita exclusivamente a anunciar: nombres, apellidos, matrícula provincial, Título de especialista y registro de especialidad reconocido y registrado por el Colegio Odontológico, domicilio, teléfono, días y horarios de atención del profesional interviniente.

En toda publicidad producida por las entidades referidas en el art. 1º inc. b) de la presente normativa, deberá figurar nombre, apellido y matrícula profesional provincial del o de los odontólogos directores o responsables de la entidad. Dichas entidades podrán hacer anuncios publicitarios sin solicitar autorización previa al Colegio Odontológico en tanto dichos anuncios se limiten estrictamente a consignar: nombre de la entidad o establecimiento; nombres y apellido, matrícula provincial, título de especialista de su



director y listado de especialistas con sus respectivas matrículas provinciales y/o títulos de especialistas a cargo de las especialidades reconocidas por este Colegio Odontológico todos ellos asentados en el Registro de Especialistas del Colegio de Odontólogos de la Prov. De Sgo del Estero.

ARTICULO 4: Si un Odontólogo escribe artículos sobre temas odontológicos sólo deberá incluir su nombre y matrícula del profesional. Tanto en estos artículos como en los reportajes o notas periodísticas en que participe, deberá abstenerse de indicar su domicilio profesional y en general de valerse de esa circunstancia periodística como medio de captación de pacientes.

ARTÍCULO 5: Los Profesionales Odontólogos que infrinjan las normas aquí establecidas serán pasibles de las sanciones previstas en el Capítulo VIII de la Ley 5766 Estatuto del Colegio de Odontólogos de Santiago del Estero.

ARTÍCULO 6: Sin perjuicio de la falta de ética que importa la violación del presente reglamento, según las circunstancias de cada caso el Colegio de Odontólogos podrá considerar que la conducta del profesional configura un delito en los términos del Código Penal y debiendo en tal caso efectuar la denuncia correspondiente ante la Justicia.

PROHIBICIONES

ARTÍCULO 7: Están expresamente reñidos con toda norma de ética los anuncios que reúnan algunas de las características siguientes:

- a) Los de tamaño desmedido con caracteres llamativos o acompañados de fotografías.
- b) Los que ofrecen la pronta, a plazo fijo o infalible curación de determinadas enfermedades.
- c) Ofrecer consultas o servicios gratuitos, o bajo modalidades que impliquen el uso indebido de los honorarios profesionales, puede afectar la competencia en el ámbito profesional. Esto incluye prácticas como “sin pago inicial”, “honorarios bonificados”,



“sesiones gratis” o promociones de “dos por uno”, que sugieren una reducción de los honorarios de manera directa o indirecta..

d) Los que invocaren títulos, antecedentes o dignidades que no posean legalmente o anunciaren públicamente o en su recetario el ejercicio de presuntas especialidades no contempladas en los planes de estudios de Universidades Argentinas.

e) Los que, por su particular redacción o ambigüedad, induzcan a error o confusión, sobre la identidad, título profesional o jerarquía universitaria del anunciante. Los profesionales que pertenezcan –en forma actual y contemporánea- 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.

f) Los que mencionan diversas ramas o especialidades de la medicina, sin mayor conexión o afinidad entre ellas.

g) Los que llamen la atención sobre sistemas, curas, procedimientos especiales, exclusivos o secretos.

h) Los que involucren el fin preconcebido de atraer numerosa clientela mediante la aplicación de nuevos sistemas o procedimientos especiales (naturalismo, iridiología, homeopatía, etc.) curas o medicamentos aun en discusión respecto a su eficacia y que aún no se han expedido definitivamente las entidades oficiales o científicas.

i) Los que importen reclamo mediante el agradecimiento de los pacientes.

j) Los transmitidos por radiotelefonía o alto-parlantes, los repartidos en forma de volantes o tarjetas distribuidas por el correo y con destinatario preciso que no respeten las normas fijadas en este reglamento.

k) Los que, aun cuando no infrinjan algunos de los apartados del presente artículo, sean exhibidos en lugares inadecuados o sitios que comprometan la seriedad de la profesión.



l) La que incluya en la nómina de prestadores de servicios odontológicos de un establecimiento, a profesionales que no concurren regular, habitual y periódicamente a atender en el mismo.

m) Cualquier forma de publicidad encubierta, o de publicidad que pudiera inducir a error o engaño, o que asegure resultados de los servicios ofrecidos. –

IV. Impacto Esperado

La modificación propuesta busca clarificar la normativa existente y adaptarla a los cambios generales producidos en la sociedad, otorgándole el contenido tratando de que herramienta eficaz para resguardar el orden disciplinario y ético.

V. Conclusiones

La modificación representa un paso importante hacia el objetivo de que el Código de Ética y disciplina sea lo más comprensible posible, tanto para todos los odontólogos que ejercen su profesión, como para el órgano encargado de aplicarlo: el Tribunal de Ética y Disciplina.

Se invita al Consejo Directivo del COSE a considerar este proyecto en el marco de una mejora continua.

Firmado: