



REGLAMENTO DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS

Modificación de Consejo Asesor 10/11/2018

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 sgtes 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 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, televisión estática, 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. 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 relacionadas con las mismas. Asimismo, y para los supuestos de anuncios en medios gráficos (diarios, revistas, publicaciones, etc.) televisión, internet, cine o radio.

Los anuncios podrán incluir: nombre y apellido, número de matrícula, títulos universitarios, atención a particulares y/u obras sociales (~~puediendo nominar no más de cinco~~) **(eliminado por C.A. 10/11/2018)**, horarios de atención, urgencias o urgencias a domicilio, número telefónico, dirección, especialidad según normas del Reglamento de Especialidades y la atención de hasta dos actividades odontológicas.

En el caso de establecimientos (Consultorios, Centros, Institutos, etc.) donde se desempeñe 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 consideran actividades las siguientes:

- 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, 13) Rehabilitación BUCAL **(Aprobado por Consejo Asesor 09/11/2013)**, 14) Estética, siempre acompañada de la palabra Dental **(Aprobado Consejo Asesor 08/11/2014)**.

El Anuncio de actividades o prácticas no enumeradas expresamente en el Reglamento queda sujeto a la aprobación previa de Mesa Directiva, debiendo solicitarse la autorización correspondiente. **(Aprobado por C.A. 10/11/2018)**

Se aprueba con carácter de anuncio tipo que no requerirá autorización previa el siguiente:

Apellido y Nombre
Título Universitario
Nº de Matrícula
T.E. - Dirección
Horario de Atención
Obras Sociales (~~si las enumera hasta cinco~~)



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
- Cuando el establecimiento lleve la denominación de 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 o iluminados, placa de acrílico o similar en forma de caja con iluminación en su interior o iluminado, placa de metal o similar con fuente lumínica externa (reflector) permanente no intermitente, en todos los casos con luz fija, debiendo colocarse adosado a la fachada del edificio. No se permite el uso de luz de neón.

Superficie total máxima: Consultorios: 10.000 cm²; Centros o Institutos: 25.000 cm².

Carteles en la vía pública: se autorizarán los anuncios colocados en veredas (bicicleteros y similares). **(Aprobado Consejo Asesor 10-11-2018)**

III) Logotipos: Las siglas, símbolos o logotipos referentes a la odontología 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 al 50% del tamaño de la página, máximo 300 cm². **(Aprobado Consejo Asesor 09/11/2013)**

V) En televisión: mediante placas fijas, transparentes o no, según corresponda por sus características técnicas de emisión. En ningún caso se autorizará la inclusión de fotografías del profesional y/o del consultorio o instrumental.



En todos los casos que se incluyan imágenes, éstas no podrán superar el 50% de la superficie total del anuncio. **(Aprobado Consejo Asesor 09/11/2013)**

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

En el caso de programas de salud (radio o televisión) a los que sean invitados a participar no podrán auspiciar inmediatamente antes y después o durante el desarrollo del mismo.

VII) Internet: El anuncio (link) que aparece automáticamente sin que un interesado lo seleccione deberá cumplir las pautas del reglamento.

Una vez ingresado en la página a través de la solicitud correspondiente, se considera sitio privado del profesional, con las precauciones y resguardo de privacidad que debe guardar la información que se comparte o suministra a quienes acceden al sitio. **(Aprobado Consejo Asesor 10-11-2018).**

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 invoquen títulos, antecedentes o dignidades que no posean o no hayan sido otorgados por autoridad competente. Los profesionales docentes, profesores y ex-profesores universitarios, son los únicos que pueden anunciarse como tales, especificando la cátedra o materia de designación.

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 reclame 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 autopublicitarse. 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 multa de \$ 200 a \$ 800, la 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.

* Consejo Asesor 24/11/07 por unanimidad, aprobó que los especialistas registrados en el Colegio puedan anunciarse como tales, consignando solamente la Especialidad de acuerdo al título y sin que puedan agregar en el anuncio como especialista otras ramas o actividades odontológicas.

El anuncio realizado de este modo no le impedirá realizar prácticas odontológicas ajenas a su Especialidad.