

El texto fue aprobado en Madrid a final de agosto

La Federación Dental Internacional aprueba la Declaración sobre Publicidad Odontológica

- El Consejo General de Dentistas de España, tras haber mantenido diversas reuniones con los representantes de la FDI, consiguió que este organismo llevara a su Asamblea General este documento para someterlo a votación.
- La FDI es plenamente consciente de que, al no haber unas leyes específicas en cuanto a la publicidad en Odontología, existe el riesgo de que las personas sean engañadas con mensajes falsos y fraudulentos.

Madrid, 7 de septiembre 2017.- Las gestiones realizadas por el Consejo General de Dentistas de España, presidido por el Dr. Óscar Castro Reino, han traído consigo la aprobación de una declaración política de la Federación Dental Internacional (FDI) sobre publicidad odontológica. El proyecto del texto se elaboró en junio y se sometió a votación en la última Asamblea General de la FDI, celebrada durante el Congreso Dental Mundial que tuvo lugar en Madrid a final de agosto.

Consciente de la situación que atraviesa la Odontología en nuestro país, la FDI expone en dicha declaración que “en ausencia de una regulación homogénea, existe el riesgo de que se induzca a las personas al engaño con reclamos publicitarios falsos y fraudulentos. Es particularmente preocupante en la actualidad, pues los mensajes pueden comunicarse libremente al público a través de páginas Web, el envío masivo de correos electrónicos y distintos tipos de medios sociales”. A este respecto, una publicidad odontológica ética significa “ofrecer información al paciente, dar prioridad a su interés y promover el respeto mutuo entre los miembros de la profesión odontológica”.

En este sentido, la FDI establece que los principios básicos de las normas sobre publicidad odontológica deben “proteger la salud y el bienestar de los ciudadanos, garantizar que los mensajes publicitarios estén basados en datos científicos, que los pacientes estén protegidos de la publicidad engañosa, defender la dignidad e integridad de la profesión y cumplir estrictamente el código de ética profesional y la legislación vigente”.



NOTA DE PRENSA

Por lo tanto, según la FDI, la publicidad en Odontología debe ser precisa, estar basada en hechos y no en creencias u opiniones, representar una imagen profesional del dentista y de la profesión y ser veraz en cuanto a ventajas y desventajas del tratamiento propuesto.

Asimismo, la publicidad odontológica no debe ser falsa, confusa o fraudulenta. Tampoco puede intentar persuadir, hacer prospección ni captación de pacientes, comparar o denigrar a otros dentistas ni utilizar términos superlativos o comparativos que sugieran mayor calidad en relación a servicios, tecnologías o productos empleados.

El Consejo General de Dentistas de España muestra su convencimiento de que esta declaración servirá para reforzar la labor que ya se está realizando ante las autoridades españolas con el fin de regular la publicidad sanitaria.

Consejo General de Colegios de Dentistas de España Creado en el año 1930, es el Órgano ejecutivo de la Organización Colegial de Dentistas. Entre sus competencias destacan la coordinación de la política general de la Organización Colegial, la ordenación del ejercicio de la profesión, la representación y la defensa de los intereses de sus profesionales, y la promoción del derecho a la salud odontológica de los españoles. Es también competencia del Consejo General la elaboración, desarrollo y actualización del Código Ético y Deontológico estatal de la profesión, así como de la promoción social, científica, cultural y laboral de la Odontología y la Estomatología.

Más información:

Departamento de Prensa
Teléfono: 914 264 414
e-mail: prensa@consejodentistas.es