

RESOLUCIÓN N° 564/03: REGLAMENTO DE PUBLICIDAD ANEXO I

Art. 1) A través de este instrumento se reglamenta la publicidad referida al ejercicio profesional del psicólogo en sus diversas formas de expresión: periodística, radial, televisiva, informática, correo, como así también a aquellos comentarios, entrevistas, conferencias, campañas de educación sanitaria, etc.

Art.2) Toda publicidad referida al ejercicio profesional de la psicología, cualquiera sea el medio de difusión que emplee, sea individual, grupal o institucional, deberá observar las disposiciones de este reglamento. En caso de solicitarlo el interesado, podrá ser aprobada por la entidad deontológica de la profesión, pudiendo llevar la leyenda “PUBLICIDAD APROBADA POR EL COLEGIO DE PSICÓLOGOS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA” .-

Art. 3) PUBLICACIÓN, DIFUSIÓN Y ANUNCIO DE LOS PSICÓLOGOS

Los anuncios que los psicólogos efectúen de sus servicios profesionales por medio de difusión gráfica (prensa escrita, revistas, carteles, etc.), radial, televisiva o informática deberá ajustarse a las siguientes características:

Inc.1: Nombre y Apellido del Profesional, Matrícula habilitante, y en forma opcional la Especialidad (si la tuviera la reconocida u otorgada por el Colegio de Psicólogos). Podrán

consignarse otros datos como por ejemplo: Título Universitario o de formación otorgados por Universidad Argentina o extranjera debidamente revalidado, o bien cargos asistenciales, académicos o docentes universitarios que se ejerzan o se hayan ejercido en la carrera de posgrado. El anunciante ante la solicitud de la Junta Ejecutiva del Colegio de Psicólogos deberá acreditar dichos antecedentes.

Inc. 2: Todo aviso clasificado debe hacerse bajo el rubro que corresponda al Título o Especialidad reconocida por el Colegio de Psicólogos, evitando hacerlo en un rubro de distinta naturaleza al título que ostenta.

Inc. 3: Los psicólogos que publicitan sus servicios, deberán anteponer siempre las normas profesionales a sus intereses comerciales. Cuando en la creación o colocación de esa publicidad participen otras personas los psicólogos asumirán la responsabilidad de los mismos.

Inc. 4: En caso de publicidad radial, televisiva, informática el texto deberá respetar lo dispuesto en el presente reglamento pudiendo realizarse en espacios de índole cultural, educativos, de interés social o espacios patrocinados o auspiciados por entidades gremiales profesionales o deontológicas.

Inc. 5: La publicidad deberá hacerse en forma mesurada, incluyendo los datos indispensables para la información útil, en ningún caso deberá ser exagerada de modo que tergiversen en algún sentido la índole y eficacia de los servicios.

Inc. 6: Los psicólogos no participarán como tales, en avisos que recomienden la adquisición o uso de un determinado producto.

Art.4) PUBLICACIONES, DIFUSIÓN Y ANUNCIOS DE INSTITUCIONES, ESTABLECIMIENTOS O FUNDACIONES QUE OFRECEN PRACTICAS EN PSICOLOGÍA

Inc. 1: Toda entidad privada o no, que preste o patrocine servicios de salud en relación con la profesión de Psicólogo (consultorios, establecimientos, fundaciones, etc.) que desee efectuar publicidad sobre los servicios que brinda deberán ajustarse a la presente reglamentación y podrá solicitar su aprobación ante la Junta Ejecutiva del Colegio de Psicólogos en caso de requerirlo.-

Inc. 2: En todos los casos de profesionales o Instituciones deberán abstenerse de realizar la siguiente publicidad:

a- La que se realice bajo título o en nombre de una especialidad que no coincida con las reconocidas por el Colegio de Psicólogos de la Provincia de Córdoba.

- b- La que se realice con fines políticos, partidarios, religiosos.
- c- La que exhibe en su texto el nombre de tratamientos, prácticas o técnicas, que no estén reconocidas por la comunidad profesional.
- d.- Las que ofrecieran prestaciones con honorarios gratuitos o inferiores a los establecidos en los aranceles mínimos éticos fijados por el Colegio de Psicólogos de la Pcia. de Córdoba.
- e- La que incluye testimonio de clientes satisfechos y lo previsto en el art. 172 del Código Penal.
- f.- La que no protege debidamente la identidad de un individuo en el caso de publicaciones de material clínico, evaluativo, de investigación, etc., con fines académicos, didácticos, etc.

Art.5) PUBLICACIONES O DIFUSIÓN DE MATERIAL CIENTÍFICO O CLÍNICO

En lo atinente a la publicación de material científico o clínico que aluda a cualquiera de las áreas de la Psicología dirigida a la comunidad científica en particular o a la población en general, bajo forma de conferencia comentario, entrevista, artículos, campañas para la salud, libros, página web, etc., o cualquier acción de divulgación publicitaria referente a la dimensión científica, técnica, investigativa o clínica de la profesión, se efectúe por medios gráficos, radiales o televisivos desde el ámbito individual o institucional el Psicólogo debe ajustarse a las siguientes pautas:

Inc. 1: Los Psicólogos que informan sobre algún campo de su ciencia ante la comunidad científica o profesional en particular o de la sociedad en general tienen la obligación de hacerlo con veracidad y exactitud, por lo cual incluirán todos los datos pertinentes. Citarán las fuentes y autores en que basan su trabajo y no se atribuirán expresamente o por omisión de las referencias, producciones que no les son propias.

Inc 2: Cuando se trate de información sobre técnicas y procedimientos psicológicos se deberá establecer con claridad que sólo pueden ser indicados y/o aplicados por profesionales competentes para ello.-

Inc. 3: Es inherente a la práctica de los psicólogos , comunicar y discutir sus experiencias , el producto de su investigación y en general su producción científica , dentro del ámbito de las instituciones correspondientes a su campo de acción y a través de la publicación de sus trabajos en revistas de su especialidad profesional.-

En el caso de la publicación de un libro o de la divulgación de material clínico o no en cualquier ámbito científico o académico, además de tenerse en cuenta lo estipulado en los incisos 1,2 y 3 de este Artículo, de ésta reglamentación, se deberá contemplar también para las publicaciones que:

1) Las contribuciones de carácter profesional efectuadas por diferentes personas para un proyecto en común se reconocen como de autor colectivo, reservando el primer lugar de la lista para el que hiciera la contribución principal. 2) Las contribuciones menores de carácter profesional se indican en notas al pie o en una presentación introductoria. 3) El material inédito o publicado que ha influido directamente sobre la publicación, investigación o redacción se reconoce por medio de citas específicas. 4) El psicólogo que compile y dirija para su publicación contribuciones de otros (como por ejemplo para un simposio o informe de un comité, etc.), presidirá con su nombre en calidad de director o presidente el nombre de los otros colaboradores. 5) Toda discrepancia científica o profesional deberán discutirla en los ámbitos apropiados, evitando que su difusión al público pueda provocar errores de interpretación , confusión de ideas o desconfianza.-

ART. 6) IMPLEMENTACIÓN DE LA REGLAMENTACIÓN

La Secretaría de Prensa será la encargada de expedirse ante cada situación , con carácter de sugerencia, recomendación, aprobación ,quedando la autorización de las mismas bajo las facultades de la Junta Ejecutiva, quien se basará en el informe elevado por la dicha Secretaría y en el caso de inobservancia o infracción a la presente reglamentación se dará intervención al Tribunal de Etica.

Se considera responsable de cualquier violación de la presente reglamentación a quien sea el autor material de la misma y a los psicólogos que estén involucrados en esa transgresión.-