

Reguli noi privind publicitatea în stomatologie: Fara informații false, înșelatoare, inducerea în eroare a pacienților

Publicitatea activității stomatologice nu trebuie să conțină informații false, înșelatoare sau susceptibile să inducă pacienții în eroare, prevede Ghidul de bune practici privind publicitatea medicilor stomatologi intrat în vigoare pe 1 iulie.

Potrivit ghidului, scopul publicității activității stomatologice este, printre altele, de a informa și educa publicul cu privire la serviciile și tratamentele disponibile, promovând astfel sănătatea orală și prevenirea afecțiunilor dentare, precum și de a promova activitatea stomatologică desfășurată de profesioniștii din domeniul stomatologic.

Documentul prevede că prin intermediul publicității, medicii stomatologi pot comunica eficient beneficiile și inovațiile din domeniul stomatologic, contribuind la creșterea gradului de conștientizare și accesibilitate a serviciilor de calitate.

'Publicitatea realizată nu trebuie să conțină informații false, înșelatoare sau susceptibile să inducă pacienții în eroare. În situațiile în care se face publicitate prin trimitere la acte terapeutice specifice care nu sunt de aplicabilitate generală (i.e. nu se aplică tuturor pacienților), acestea vor fi însoțite de explicații suplimentare referitoare la condițiile în care se pot aplica sau vor fi însoțite de o mențiune cu privire la faptul că acele acte terapeutice se aplică doar cazurilor în care sunt întrunite criteriile medicale de compatibilitate. De asemenea, nu trebuie să includă comparații defaimatoare cu alți profesioniști din domeniu sau să facă promisiuni nerealiste privind rezultatele tratamentelor realizate', se arată în document.

Miercuri, Colegiul Medicilor Stomatologi a transmis că, potrivit modificărilor introduse, orice tip de publicitate va fi permisă, atât timp cât conținutul respectă noile reglementări.

'Începând cu 1 iulie au intrat în vigoare noi reguli privind publicitatea în stomatologie. Odată cu actualizarea Codului deontologic, se aplică și o serie de documente menite să sprijine comunitatea stomatologică în aplicarea corectă și uniformă a noilor norme. Noile prevederi din Cod urmaresc un model european privind publicitatea etică și au fost adaptate la condițiile de piață din România. Potrivit modificărilor introduse, orice tip de publicitate va fi permisă, atât timp cât conținutul respectă noile reglementări', a informat CMSR într-un comunicat remis presei.

Potrivit sursei citate, ghidul privind publicitatea facilitează înțelegerea și aplicarea corectă a normelor de comunicare profesională. Totodată, ghidul a fost creat cu scopul de a stabili norme directe clare, detaliate și exemplificative referitoare la modalitatea de realizare a publicității în stomatologie.

Codul deontologic, în forma sa consolidată, valabilă de la 1 iulie 2025, reflectă modificările și completările adoptate prin Decizia Adunării Generale a CMSR nr. 1/1AGN din 21 martie 2025, publicată în Monitorul Oficial nr. 287 din 2 aprilie 2025.