



COLEGIO OFICIAL DE PSICÓLOGOS
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

LA PUBLICIDAD DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN PSICOLÓGICA

LA REGULACIÓN ACTUAL DE LA PUBLICIDAD

Código Deontológico del Colegio Oficial de Psicólogos

La publicidad de la práctica profesional en cualquiera de sus modalidades está actualmente regulada en el Título VI del Código Deontológico del COP. En concreto los artículos incluidos en este Título VI son los siguientes:

Título VI del Código Deontológico del COP

ARTÍCULO 50°. Los profesionales colegiados habrán de ajustar su conducta en materia de comunicaciones comerciales a lo dispuesto en la Ley, con la finalidad de salvaguardar la independencia e integridad de la profesión, así como, en su caso, el secreto profesional.

ARTÍCULO 51°. Sin perjuicio de la responsabilidad penal que pueda suponer, constituye una grave violación de la deontológica profesional atribuirse en cualquier medio -anuncios, placas, tarjetas de visita, programas, etc.- una titulación que no se posee, así como también utilizar denominaciones y títulos ambiguos, que, aún sin faltar de modo literal a la verdad, pueden fácilmente inducir a error o a confusión, e igualmente favorecer la credulidad del público a propósito de técnicas o procedimientos de dudosa eficacia.

ARTÍCULO 52°. Como tal Psicólogo, en cambio, puede tomar parte en campañas de asesoramiento e información a la población con fines culturales, educativos, sanitarios, laborales u otros de reconocido sentido social.

ARTÍCULO 53°. El/la Psicólogo/a que utilice seudónimo en su actividad profesional deberá declararlo al Colegio Oficial de Psicólogos para su correspondiente registro.

DECRETO 66/2002, de 9 de mayo (BOPA, 22-05-2002) por el que se regula la publicidad sanitaria de centros y actividades.

La Consejería de Servicios Sociales a través del DECRETO 66/2002, de 9 de mayo (BOPA, 22-05-2002) regula la publicidad sanitaria de centros y actividades en el Principado de Asturias, en los cuales se incluyen los centros de atención psicológica.

En el artículo 2 de este DECRETO se define el concepto de publicidad:

Se entiende por publicidad sanitaria toda forma de comunicación realizada en cualquier tipo de soporte o medio por una persona física o jurídica, pública o privada, en los ámbitos de actividad relacionados en el artículo 3, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud de las personas, que tengan cualquier tipo de repercusión positiva o negativa sobre la salud humana o que impliquen perjuicios económicos para el restablecimiento de la salud alterada.

El Decreto especifica, junto con las actividades y centros afectados por la norma, el procedimiento de solicitud de la autorización administrativa necesaria para poder realizar cualquier tipo de publicidad y la creación de una Comisión de Control de la Publicidad.

En una de las reuniones de la Comisión de Publicidad se decidió delegar en los Colegios Profesionales afectados, la función de determinar el cumplimiento o no de las normas establecidas para la publicidad sanitaria.

NORMAS DEL COLEGIO OFICIAL DE PSICÓLOGOS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, QUE DEBERÁN TENER EN CUENTA TODOS LOS PSICÓLOGOS EN EL EJERCICIO PRIVADO DE LA PROFESIÓN.

1. PRINCIPIO GENERAL

- Los psicólogos podrán efectuar publicidad de sus servicios y centros siempre que con ella se proporcione una necesaria información al público y se fomente y apoye la confianza de los ciudadanos en la competencia e integridad de la profesión.

2. NORMAS ESPECÍFICAS:

- a) La publicidad de los servicios que ofrece el/la psicólogo/a se hará especificando el título/s que le acreditan para el ejercicio profesional, su condición de colegiado y su nº de registro sanitario.
- b) Podrán mencionarse las áreas de intervención, población a la que dirige sus servicios y la orientación clínica que mantiene.
- c) No se hará referencia a títulos profesionales inexistentes y/o a técnicas psicológicas no reconocidas y avaladas científicamente.
- d) No se podrá realizar publicidad que no se ajuste a las normas de verdad, rigor y exactitud, o proporcione información errónea, engañosa, no veraz o parcial, así como la publicidad ambigua o difusa.
- e) Que compare, denigre, limite o induzca a confusión con la identidad de otros compañeros.
- f) Que no respete el deber de secreto profesional o use los nombres de pacientes.
- g) No se considera procedente especificar ninguna clase de garantías, o afirmaciones sobre su valía profesional, competencia o éxitos que prometan o induzcan a la creencia de que se van a producir determinados resultados.

3. PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y RESOLUCIÓN DE LAS PETICIONES.

- La petición habrá de dirigirse al Colegio Oficial de Psicólogos del Principado de Asturias y deberá solicitarse por escrito utilizando el impreso oficial de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios.
- Una vez formalizada la petición el Colegio emitirá un informe al respecto.
- Si el escrito de petición no se ajusta a la normativa de publicidad y/o no se acompaña de los documentos necesarios, el Colegio señalará un plazo de 30 días máximo para que el peticionario pueda subsanar el defecto, y si no lo hace, se ordenará el archivo del expediente.

- Podrá denegarse la autorización a aquella publicidad que no se atenga a la legalidad vigente en materia de publicidad, en general, y a la normativa colegial, en particular, o atente contra cualquiera norma de carácter deontológico (Título VI. De La Publicidad. Artículos, 50-51-52 y 53).

- La resolución al efecto adoptada habrá de ser motivada. En caso de denegación, el colegiado recibirá, en el mencionado plazo, un informe en el que se explique la resolución adoptada.

- Se entenderá presuntamente concedida la autorización si en el plazo de 30 días, el interesado no recibiera ninguna notificación por parte de el Colegio. En este caso, el Colegio dará traslado de la petición a la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios.

4. LÍMITES DE LA APLICACIÓN

- El hecho de trabajar por cuenta ajena o en régimen de arrendamiento de servicios para una persona física o jurídica, no exime a los colegiados del obligado cumplimiento de los artículos sobre publicidad contenidos en el código deontológico.