

PROPAGANDA E PUBLICIDADE EM ODONTOLOGIA

Rodolfo Alves de Pinho¹
Millenny Lopes Ferreira¹
Jéssica Cristina Avelar²
jessicacavelar@hotmail.com

AREA DE CONHECIMENTO: Ciências da saúde

PALAVRAS-CHAVE: Odontologia Legal; ética odontológica; propaganda.

INTRODUÇÃO

A odontologia é regulamentada no Brasil pela Lei 5.081 de 1966 e conta com o auxílio de um código de ética profissional, atualizado em 2012 e em vigor nos dias atuais. O Código de Ética Odontológica (CEO) é um guia de orientação que regula os direitos e deveres dos Cirurgiões-Dentistas além de outras providências. As normas éticas estabelecidas pelo código devem ser seguidas pelos profissionais a fim de evitar prejuízos futuros para os próprios Cirurgiões-Dentistas, para o paciente ou à coletividade (FALCÃO, 2011). O CEO dispõe de 60 artigos, distribuídos em 19 capítulos. O cap. XVI se refere especificamente às normas éticas relacionadas a publicidade e propaganda da referida profissão. Portanto, toda a comunicação e a divulgação na Odontologia devem obedecer ao disposto neste código. O texto apresenta uma lista de elementos obrigatórios que devem constar em qualquer meio de divulgação dos serviços odontológicos, além de apontar alguns itens considerados facultativos. O art. 44 do cap. XVI dispõe sobre as infrações éticas associadas à quebra de normas estabelecidas no contexto da propaganda e publicidade (CEO/2012). A fiscalização da ética odontológica em todo o território nacional fica a cargo do Conselho Federal de Odontologia (CFO), que possui a missão de zelar pelo prestígio e pelo bom conceito da profissão (cfo.org.br acesso em 31/08/20). O cometimento de infrações éticas pode acarretar em punições, que estão previstas no CEO, Cap. XVIII – Das penas e suas aplicações (CEO/2012). O número crescente de Cirurgiões-Dentistas no mercado tem sido associado ao aumento na busca por estratégias de marketing entre os profissionais da Odontologia com o intuito de divulgar o seu trabalho e captar um número maior de clientes (FELÍCIO *et al.*, 2013). Embora a propaganda por meio das mídias sociais tenha ganhado espaço nos últimos anos, a divulgação por meio de cartões, placas, folhetos, lista telefônica, revistas e jornais são formas de propaganda comumente utilizadas pelos Cirurgiões-Dentistas (GARBIN *et al.*, 2017). Diante do exposto, o objetivo deste trabalho é realizar uma revisão bibliográfica acerca dos princípios éticos que norteiam a propaganda e a publicidade em odontologia.

METODOLOGIA

Para a elaboração do trabalho, foi realizada uma busca nas plataformas Google acadêmico e *Scielo* no dia 31 de agosto de 2020, com os descritores: propaganda e publicidade, marketing odontológico e ética.

¹ Acadêmicos do 8 período do curso de Odontologia da Faculdade Vértice - UNIVÉRTIX - Matipó.

² Cirurgiã-Dentista – Especialista em Odontologia Legal- Especialista em Ortodontia- Mestre em Clínica Odontológica – Doutoranda- Professora da Faculdade Vértice - UNIVÉRTIX - Matipó.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA/ DISCUSSÃO

Segundo o último balanço atualizado em 01 de setembro de 2020 (cfo.org.br), o Brasil conta com 602.155 Cirurgiões-Dentistas inscritos no Conselho Federal de Odontologia. Com a formação anual de aproximadamente nove mil novos profissionais da área e aliado a uma má distribuição no território brasileiro, acentua-se a concorrência em algumas regiões do país. Sendo assim, a busca e a manutenção dos pacientes fazem com que o marketing, principalmente aquele realizado por meio de mídias sociais, seja um veículo amplamente procurado pelos profissionais da Odontologia (PARANHOS, 2011). Garcia e Caetano em 2008 já destacavam a importância da propaganda dentro de um cenário cada vez mais competitivo da Odontologia. Dentre os diversos meios de comunicação utilizados pelos Cirurgiões-Dentistas destacam-se: revistas, rádio, televisão, jornais, panfletos, outdoors, correspondências e a internet (SERRA, GARCIA, DOTTA e GONÇALVES, 2005). Todas as normas relacionadas à publicidade e propaganda em Odontologia estão contidas no CEO (2012) e mais recentemente à novas resoluções baixadas pelo Conselho Federal de Odontologia, como a de nº 196/2019. Silva *et al.*, (2009) destacou a importância sobre a compreensão e o respeito por tais normas visando garantir valores importantes para a sociedade e para os próprios profissionais da área. Além disso, o descumprimento das normas estabelecidas pelos Conselhos de Odontologia pode culminar em penalidades ao infrator, que variam de advertências à cassação do exercício profissional (SILVA, 2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todos os profissionais da área da Odontologia devem seguir os preceitos estabelecidos no Código de Ética da profissão, dentre eles os relacionados a publicidade e propaganda em Odontologia. O descumprimento das normas pré-estabelecidas pode resultar em penalizações, também previstas no CEO em vigor. É de responsabilidade do Cirurgião-Dentista zelar e trabalhar pelo bom funcionamento da profissão.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 5.081, de 24 de agosto de 1966. Publicada no Diário Oficial da União em 26 de agosto de 1966. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5081.htm/. Acesso em 31/08/2020.

CÓDIGO DE ÉTICA ODONTOLÓGICA. Resolução nº. 118 de 11 maio de 2012. Rio de Janeiro, CFO. 2012. Disponível em <http://www.cropr.org.br/>. Acesso em 31/08/2020.

DA SILVA, R. H. A. *et al.* Responsabilidade civil do cirurgião-dentista: a importância do assistente técnico. **Revista Dental Press de Ortodontia e Ortopedia Facial**, Maringá, v. 14, n. 6, p. 65-71, nov/dez, 2009.

FALCÃO, A. F. P. Ética odontológica. **Revista de Ciências Médicas**, Campinas, v. 20, n. 5-6, p.153-156, set/dez, 2011.

FELÍCIO, B.C. *et al.* ÉTICA NO MARKETING ODONTOLÓGICO. **Revista do Conselho Federal de Odontologia**, Belo Horizonte, MG. V.14, n.2, p.28-23, jul./dez., 2013.

GARBIN, C. A. S et al. **O USO DAS REDES SOCIAIS NA ODONTOLOGIA: UMA ANÁLISE DOS ASPECTOS ÉTICOS DE PÁGINAS DE CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS.** 2017. Disponível em: <https://portalabol.com.br/rbol/index.php/RBOL/article/view/135> . Acesso em: 31/08/2020.

GARCIA, S. J.; CAETANO, J. C. O código de ética odontológica e suas infrações: um estudo sobre os processos éticos-profissionais dos cirurgiões dentistas do estado de Santa Catarina. **Odontologia Clínica-científica**, v. 7, n. 4, p. 307-13, 2008.

SILVA, R.H.A. **Orientação profissional para o cirurgião-dentista: ética e legislação.** São Paulo: Santos; 2010.

SERRA M. C; GARCIA P. P. N. S.; DOTTA, E. A. V.; GONÇALVES, P. E. Ferramentas de marketing empregadas por cirurgiões dentistas. **Revista Gaúcha Odontologia**, v. 53, n. 2, p. 155-58, 2005.