



ANÁLISE DE INFRAÇÕES ÉTICAS ATRELADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA EM PERFIS DE CIRURGIÕES-DENTISTAS E CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS DO ESTADO DA PARAÍBA EM UMA REDE SOCIAL

Anderson Christian Ramos Gonçalves¹, Luciana Ellen Dantas Costa²

RESUMO

Introdução: Atualmente no Brasil têm-se evidenciado um número elevado de profissionais da Odontologia que utilizam diversas estratégias de marketing para garantir e atrair clientela, como as publicações nas redes sociais, que tem ocasionado um aumento significativo de infrações éticas cometidas por cirurgiões-dentistas. **Objetivo:** Analisar infrações éticas atreladas à publicidade e propaganda em perfis de cirurgiões-dentistas e clínicas odontológicas do estado da Paraíba na rede social Instagram®. **Metodologia:** O estudo observacional, transversal, descritivo foi realizado a partir da análise de 572 perfis. Foram avaliadas postagens públicas à luz do Código de Ética Odontológico (CEO) e da Resolução CFO nº 196/2019. Buscou-se perfis abertos por meio dos termos chaves: "clínica odontológica", "dental", "dentista", "Odontologia" combinados com: "Paraíba", "PB". **Resultados:** A partir da análise dos itens de investigação verificou-se algum tipo de violação ética ao CEO e/ou Resolução em 91,6% dos perfis. Os itens com maiores índice de infração estiveram relacionados à postagens com a exibição do termo "diagnóstico x conclusão" sem menção do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (90,2%) e de vídeos e/ou imagens com conteúdo relativo ao transcurso do procedimento (72,6%). **Conclusão:** É evidente que a maioria dos perfis analisados no presente estudo infringiram de alguma forma a ética quanto à publicidade e propaganda. Nessa perspectiva, é necessário que haja uma maior orientação e fiscalização por parte do conselho, bem como que os profissionais estejam atentos e façam cumprir os preceitos éticos estabelecidos pelo CEO, zelando assim, pelo bom prestígio da profissão.

Palavras-chave: Códigos de Ética. Ética Odontológica. Odontologia.

¹Graduando do curso de Odontologia, Unidade Acadêmica de Ciências Biológicas - CSTR, UFCG, Patos, PB, e-mail: andersongoncalvesrc@gmail.com

²Doutora, Professora Associada do curso de Odontologia, Unidade Acadêmica de Ciências Biológicas - CSTR, UFCG, Patos, PB, e-mail: ellendantascosta@yahoo.com.br



***ANALYSIS OF ETHICAL INFRACTIONS LINKED TO ADVERTISING AND
ADVERTISING IN PROFILES OF DENTISTS AND DENTAL CLINICS IN THE
STATE OF PARAIBA IN A SOCIAL NETWORK***

ABSTRACT

Introduction: Currently in Brazil, there is a high number of dental professionals who use different marketing strategies to guarantee and attract customers, such as publications on social networks, which has caused a significant increase in ethical violations committed by dentists. Objective: To analyze ethical infractions linked to advertising and advertising in profiles of dentists and dental clinics in the state of Paraíba on the social network Instagram®. Methodology: The observational, cross-sectional, descriptive study was carried out from the analysis of 572 profiles. Public postings were evaluated in light of the Dental Code of Ethics (CEO) and CFO Resolution No. 196/2019. Open profiles were sought through the key terms: "dental clinic", "dental", "dentist", "Dentistry" combined with: "Paraíba", "PB". Results: Based on the analysis of the investigation items, There was some type of ethical violation to the CEO and/or Resolution in 91.6% of the profiles. The items with the highest infraction rate were related to posts with the display of the term "diagnosis x conclusion" without mentioning the Free Consent Term and Clarified (90.2%) and videos and/or images with content related to the course of the procedure (72.6%). From this perspective, it is necessary that there is greater guidance and supervision by the board, as well as that professionals are attentive and enforce the ethical precepts established by the CEO, thus ensuring the good prestige of the profession.

Keywords: Codes of Ethics. Ethics Dental. Dentistry.