****

**Dia das mães - Uma campanha legal!**

*CROSP esclarece dúvidas sobre o que pode e o que não pode ser feito na publicidade destinada à Odontologia*

O Dia das Mães está próximo. A data é uma das mais celebradas durante o ano e impacta o faturamento de muitos setores. De acordo com dados da Fecomércio de São Paulo, de 2021, a Assistência à Saúde e Beleza aparece entre os itens de consumo mais sensíveis ao Dia das Mães.

Na ocasião, oportunidades e promoções surgem em campanhas estratégicas de diversos segmentos, mas é necessário ter atenção, inclusive na Odontologia, pois a prática é norteada pelo código de ética, o qual zela pela imagem da mesma. Além disso, uma campanha realizada de modo legal estimula a concorrência saudável e leal. Mas, afinal, você sabe quais são as regras dessa prática na área de Odontologia?

O CROSP elencou algumas informações que vão ajudar a criar e também a identificar uma campanha legal ou ilegal, pois neste último caso ela é passível de denúncia, tanto por parte de profissionais da área como por pacientes e público-alvo.

Saiba o que pode e o que não pode ser feito:

**O que vale na apresentação**

A comunicação pode ser feita de diversos modos. Não importa qual o meio de comunicação escolhido, a primeira impressão é a que fica. Por isso, qualquer forma de apresentação deve conter o nome, categoria profissional e número de inscrição.

As informações do profissional devem ser usadas na papelaria, na fachada, redes sociais, anúncios e imagens relacionadas à Odontologia. Logotipo de clínicas ou consultórios podem ser utilizados, bem como o endereço (inclusive eletrônico), telefone e horário de trabalho. Também é permitido citar quais são os convênios credenciamentos, além de atendimento domiciliar e hospitalar.

**Distribuição de brindes na captação**

A prática de distribuição de material informativo e kit de higiene bucal personalizado com a marca não é permitida para captação. Ela é bem-vinda e benéfica apenas nos casos em que a pessoa já é paciente.

**Não é legal falar de preço!**

A divulgação de preços e ofertas se enquadra na propaganda ilegal, pois fere o código de ética odontológica, desvaloriza e prejudica a imagem da Odontologia. Portanto, fuja de propagandas apelativas, com valores, descontos ou sorteios. Além de não serem permitidas, elas tiram o foco sobre a real finalidade da assistência odontológica, que é a manutenção da saúde bucal e geral do indivíduo. Anúncio de gratuidade, formas de pagamento e vantagens também não são permitidos.

**Promessa de resultado também é ilegal**

As soluções mediante tratamentos se tornam mais atrativas quando envolvem promessas de resultados, mas essa é mais uma estratégia vetada na área. Os profissionais da saúde bucal devem seguir o código de ética, por isso, devem vedar em suas publicidades a promessa de resultado, concorrência desleal, avaliação gratuita, aviltamento da profissão e mercantilização da Odontologia, já que consistem em prática ilegal.

**Como fica o “antes e depois”**

Publicar imagens que mostram o antes e o depois do tratamento odontológico é uma estratégia utilizada com frequência em diversos segmentos. Na Odontologia o antes e depois é permitido apenas para pessoa física, com a possibilidade de mostrar só a boca ou o rosto completo do paciente, com ou sem o cirurgião dentista aparecendo na mesma imagem. É preciso seguir ainda critérios como: a permissão prévia do paciente bem como o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE. O modelo deve ser redigido por um advogado, assinado e arquivado no prontuário do paciente (o documento pode ser assinado por um responsável legal também).

A exibição e a identificação de equipamentos, instrumentais, materiais e tecidos biológicos não são permitidas, assim como a divulgação de imagens de procedimentos realizados por outro cirurgião-dentista. As imagens utilizadas no antes e depois, devem ser de cunho informativo e não comercial. Também é importante destacar que fotos e vídeos do transcurso do tratamento não são permitidos.

É importante frisar que para pessoas jurídicas essas orientações não são válidas. A postagem e o compartilhamento são proibidos.

**Nos meios de comunicação**

Os anúncios, a propaganda e a publicidade podem ser feitos em qualquer meio de comunicação, desde que obedecidas as orientações do Código de Ética Odontológica, Resolução do Conselho Federal de Odontologia, a Lei 5081/66 e o Código de Defesa do Consumidor.

O papel fundamental dos profissionais da Odontologia nas comunicações é conscientizar a população da necessidade de atenção à saúde bucal, disseminando informações e estimulando cada vez mais o hábito de se cuidar. Os pacientes que se sentem bem cuidados e assistidos pelo cirurgião-dentista certamente irão valorizar esse profissional e sua equipe. Sendo assim, o local de trabalho e a equipe podem ser valorizados por esses profissionais na comunicação, assim como os materiais, seus selos de qualidades e equipamentos que utilizam, desde que a marca e identificação deles não seja divulgada.

Nas redes sociais, é preciso atentar para as peculiaridades de cada mídia e estar alerta para erros que podem configurar em conduta antiética, com reflexos na esfera judicial. Dicas, conteúdo e orientações são sempre bem-vindos. Postagens que resultaram em interação do usuário com a mensagem são um caminho aberto para interação do profissional com o possível paciente, desde que de forma privada, utilizando mensagens diretas (inbox).

**Influenciadores – Esse recurso pode?**

Em tempos de influenciadores digitais é comum ver indicações de serviços odontológicos feitos por essas mesmas pessoas de grande destaque nas redes sociais. Por isso, é importante destacar que utilizar influenciadores digitais em suas comunicações em troca de tratamento odontológico pode ser considerado infração ética.

O famoso marketing boca a boca, nesse caso, pode ser uma opção muito mais eficiente e vantajosa, tanto para profissionais como para os pacientes, pois essa estratégia permite que se estabeleça um bom relacionamento entre ambos, além de um excelente atendimento.

**Sazonalidade – Saiba como e quando tirar proveito**

Datas especiais como Dia das Mães são, como já dissemos, propícias para um maior engajamento de diversos setores do mercado. No entanto, as campanhas podem resultar em prejuízos para o público-alvo e também para quem faz.

Na Odontologia, a sazonalidade serve para reforçar temas e conceitos positivos, entretanto, eles podem e devem ser trabalhados constantemente para a melhoria da saúde e bem-estar geral da população.

O incentivo de entendimento da população sobre a necessidade e o cuidado com a saúde bucal, quando realizado durante todo o ano, promove a valorização do profissional e da sua função.

**Sobre o CROSP**

O **Conselho Regional de Odontologia de São Paulo** (**CROSP**) é uma autarquia federal dotada de personalidade jurídica e de direito público com a finalidade de fiscalizar e supervisionar a ética profissional em todo o Estado de São Paulo, cabendo-lhe zelar pelo perfeito desempenho ético da Odontologia e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exercem legalmente. Hoje, o **CROSP** conta com mais de 140 mil profissionais inscritos. Além dos cirurgiões-dentistas, o **CROSP** detém competência também para fiscalizar o exercício profissional e a conduta ética dos Técnicos em Prótese Dentária, Técnicos em Saúde Bucal, Auxiliares em Saúde Bucal e Auxiliares em Prótese Dentária.

**Informações:** [www.crosp.org.br](http://www.crosp.org.br/)

**Mais informações:** imprensacrosp@apexagencia.com.br
(11) 3549 – 5550 / (11) 99693 – 6834

Ailton Oliveira e Elen Carla.