



22º

Copeo

Congresso
Pernambucano
de Odontologia

De 3 a 6 de abril de 2014 - Centro de Convenções de Pernambuco - Recife PE

2528

Titulo: AVALIAÇÃO DOS ASPECTOS ÉTICOS E LEGAIS DA PUBLICIDADE EM ODONTOLOGIA NO BRASIL

Categoria: PÔSTER DIGITAL

Autor(es): CAMILA AGRA SOUZA; RENATA NOGUEIRA FERRAZ; IVONEIDE MARIA ZIMMERMANN; ARACELY ANDRADE SILVA; FELIPE RODRIGUES ALMEIDA; ROGÉRIO DUBOSSERLARD ZIMMERMANN

Resumo

Introdução: A Ética constitui-se no conjunto de conceitos, valores e costumes que, organizados em normas para o bem comum, regem a conduta humana para a vida em sociedade. Desta forma, está intimamente ligada à atuação profissional e, em consequência, às formas de publicidade utilizadas para despertar a atenção do consumidor, pois, diante do mercado cada vez mais competitivo, a propaganda tornou-se a principal ferramenta para o recrutamento de pacientes. Objetivo: Avaliar, através de uma revisão bibliográfica, os principais problemas encontrados na publicidade em Odontologia no Brasil e as implicações éticas e legais. Descrição Cronológica: Desde a antiguidade, a ética é vista como a base, o guia, do comportamento profissional. O Código de Hamurabi (1728-1686 a.C.) e o Juramento de Hipócrates (460-377 a.C.) são, na história, dois referenciais importantes para os profissionais de saúde, na medida em que já implicavam punições às ações que se desviavam dos preceitos éticos da época. Conclusão: Observou-se que a propaganda externa é o meio mais utilizado pelos cirurgiões-dentistas e que um percentual alto ainda desrespeita as exigências do Código de Ética Odontológico, divulgando mais de duas especialidades, formas de pagamento, omissão do número de inscrição no Conselho Regional e publicação de fotos com antes e depois.