

Guia Prático para o Marketing Digital Odontológico Ético:

Compreendendo a Resolução CFO-196/2019 e a Publicidade Online

1. INTRODUÇÃO: A Ética como Pilar da Odontologia Digital

A Odontologia, como todas as profissões da saúde, é regida por princípios éticos rigorosos. No Brasil, o Conselho Federal de Odontologia (CFO) é o órgão responsável por normatizar e fiscalizar a conduta dos cirurgiões-dentistas. A **Resolução CFO-196/2019**, que aprova o novo Código de Ética Odontológica (CEO), representa um marco fundamental, pois atualiza e clarifica as diretrizes que pautam a prática profissional, especialmente no que tange à comunicação, publicidade e propaganda.

Em um cenário onde a presença digital é indispensável para o relacionamento com pacientes e a divulgação do trabalho, compreender e aplicar as normas do CFO não é apenas uma obrigação legal, mas um diferencial ético que constrói confiança e credibilidade.

Este documento tem como objetivo servir como um *material de consulta prático e acessível para cirurgiões-dentistas, equipes de marketing e desenvolvedores de conteúdo*, garantindo que todas as publicações digitais estejam em total conformidade com as exigências da classe e, acima de tudo, com os mais elevados padrões de ética profissional.

2. PRINCIPAIS PONTOS DA RESOLUÇÃO CFO-196/2019 na Publicidade Digital

A Resolução CFO-196/2019 dedica o Capítulo IX (Artigos 37 a 44) à "Comunicação, Publicidade e Propaganda". Para o ambiente digital, os pontos mais relevantes incluem:

- **Art. 37 – Caráter Informativo e Educativo:**
 - A publicidade e propaganda odontológica devem ter, antes de tudo, caráter informativo e educativo.
 - É proibido o mercantilismo, a sensacionalismo, a autopromoção excessiva ou qualquer exploração da imagem do paciente com finalidade comercial.
- **Art. 38 – Identificação Obrigatória:**
 - Em qualquer forma de publicidade, digital ou não, o cirurgião-dentista deve sempre identificar-se com:
 - Nome completo;
 - Profissão (Cirurgião-Dentista);
 - Número de inscrição no CRO;
 - Para especialistas, o número de registro da especialidade.
 - Clínicas e empresas devem indicar o nome e CRO do Responsável Técnico.
- **Art. 39 – Proibições Essenciais na Publicidade:**
 - **Proibição de Preços:** É expressamente proibido divulgar valores de procedimentos, formas de pagamento, parcelamentos, descontos ou promoções.

- **Proibição de Gratuidade:** Não se pode prometer ou anunciar tratamentos gratuitos ou a troca de serviços.
- **Proibição de Garantias:** É vedado prometer a cura de doenças, resultados infalíveis, a antecipação ou garantia de resultados.
- **Proibição de Sensacionalismo:** Evitar a publicidade que explore o sensacionalismo, a autopromoção exagerada ou que use termos como "o melhor", "o único", "o mais eficaz", "o mais moderno".
- **Proibição de Denegrir Colegas:** Não é permitida a comparação com outros profissionais ou a crítica a técnicas utilizadas por terceiros.
- **Proibição de Consultas Online:** É vedado realizar consultas, diagnósticos ou prescrever tratamentos exclusivamente por meio eletrônico, sem o exame clínico do paciente.
- **Art. 40 – Uso de Imagens (Remete à CFO-212/2019):**
 - O uso de imagens relativas ao diagnóstico e aos resultados de tratamentos requer autorização expressa do paciente ou seu responsável legal.
 - A Resolução CFO-212/2019 detalha ainda mais as regras para uso de imagens (fotos, vídeos de antes e depois), enfatizando seu caráter meramente informativo e educativo, proibindo a manipulação e o caráter de mercantilização.
- **Art. 41 – Títulos e Especialidades:**
 - O cirurgião-dentista só pode anunciar os títulos e especialidades que tenha devidamente registrados no CFO/CRO.
- **Art. 42 – Não Manipulação de Dados:**
 - É proibido manipular dados, imagens ou informações que possam induzir o paciente ao erro.
- **Art. 44 – Informações de Clínicas e Empresas:**
 - Clínicas devem exibir, em seus anúncios, o nome e CRO do responsável técnico, além de outros dados de registro.

3. Orientações para Publicações Digitais Éticas

A criação de conteúdo digital deve ser uma extensão do consultório: acolhedora, informativa e profissional.

Para Websites e Blogs:

- **Conteúdo Educativo:** Publique artigos sobre saúde bucal, prevenção, mitos e verdades sobre tratamentos. Ex: "A Importância da Higiene Bucal Diária", "Desvendando a Cárie: Causas e Prevenção".
- **Informações Essenciais:** Garanta que seu site contenha claramente seu nome, CRO, endereço, telefone, e-mail e horário de atendimento.
- **Design Responsivo:** O site deve funcionar bem em todos os dispositivos (celulares, tablets, computadores).
- **Seção "Quem Somos":** Apresente sua filosofia de trabalho, sua equipe (com consentimento) e a estrutura do consultório, transmitindo confiança.

Para Redes Sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok):

- **Conteúdo de Valor:** Produza vídeos curtos (Reels, TikToks) com dicas de saúde bucal, infográficos sobre tratamentos, enquetes educativas, entrevistas com membros da equipe.

- **"Bastidores" Éticos:** Mostre o ambiente do consultório limpo e organizado, a equipe (com consentimento) em momentos de aprendizado ou interação, humanizando o atendimento sem expor o paciente.
- **Interação com o Público:** Responda a comentários e mensagens (sem fazer diagnósticos online), tire dúvidas gerais sobre saúde bucal.
- **Identificação Constante:** Em posts, bios e perfis, certifique-se de que sua identificação profissional (Nome, CRO) esteja sempre visível.

Para Google Meu Negócio:

- **Perfil Completo:** Preencha todas as informações: horário, telefone, site, endereço exato.
- **Fotos de Qualidade:** Publique fotos internas e externas do consultório, da fachada, da recepção e da equipe.
- **Gerenciamento de Avaliações:** Incentive pacientes satisfeitos a deixarem avaliações e responda a todas, sejam elas positivas ou negativas (sem violar a privacidade do paciente em caso de críticas).

Melhores Práticas para Evitar Violações Comuns:

- **Revise Antes de Publicar:** Sempre releia o conteúdo com o "filtro" do CFO: "Isso é educativo? Mercantilista? Promete algo?".
- **Use Linguagem Simples e Clara:** Evite jargões técnicos excessivos, mas mantenha a seriedade.
- **Peça Consentimento:** Para qualquer imagem ou depoimento de paciente, obtenha autorização expressa e documentada.
- **Seja Transparente:** Evite qualquer manipulação de imagem, texto ou dado que possa enganar o paciente.

4. Exemplos de Conformidade e Não Conformidade

Para ilustrar a aplicação das normas, vejamos exemplos práticos:

SITUAÇÃO		EXEMPLO DE NÃO CONFORMIDADE (ANTIÉTICO E PROIBIDO)	POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS
Divulgação de Preços/ Promoções	Um post em redes sociais com o título "Entenda a Diferença entre Clareamento Caseiro e de Consultório" e um link para o site, onde há informações gerais sobre o tratamento.	"Clareamento Dental por apenas R\$XXX! Agende já e aproveite 50% de desconto nesta semana!" ou "Facilitamos o pagamento em até 12x sem juros! Não perca!"	Advertência, Censura Confidencial, Censura Pública, Suspensão do Exercício Profissional por até 90 dias.

	SITUAÇÃO	EXEMPLO DE NÃO CONFORMIDADE (ANTIÉTICO E PROIBIDO)	POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS
Promessa de Resultados/Sensacionalismo	Um vídeo curto explicando a técnica de facetas de porcelana, seus benefícios estéticos e funcionais, e a importância de uma avaliação profissional individualizada.	"Transforme seu sorriso em um dia! Garanto o sorriso dos seus sonhos com minhas facetas em tempo recorde!" ou "O método revolucionário que NENHUM outro dentista na cidade domina!"	Advertência, Censura Confidencial, Censura Pública, Suspensão do Exercício Profissional por até 90 dias.
Uso de Imagens "Antes e Depois"	Um artigo no blog sobre "Tratamento Ortodôntico Estético: Veja o que esperar", acompanhado de imagens de antes e depois de um caso real (com termo de consentimento explícito do paciente, sem manipular a imagem e com legendas que informam o tratamento realizado, e a ressalva de que os resultados podem variar). Publicado em contexto educativo.	"Antes e Depois chocante! Veja a transformação que fiz em [Nome do Paciente]! Fotos alteradas para parecer mais impactante." ou "Meu paciente ficou irreconhecível com o tratamento X! Venha ter o mesmo resultado garantido!" (Mesmo com consentimento, o caráter promocional e a manipulação são vedados).	Advertência, Censura Confidencial, Censura Pública, Suspensão do Exercício Profissional por até 90 dias.
Identificação Profissional	Um post no Instagram com dicas de saúde bucal que, na imagem ou na legenda, apresenta o nome do profissional ou da clínica, seu CRO e, se for o caso, o registro da especialidade.	Um perfil de Instagram apenas com o nome da clínica, sem a identificação do Responsável Técnico e seu CRO, ou um perfil pessoal do dentista sem nenhuma menção ao CRO.	Advertência, Censura Confidencial.

	SITUAÇÃO	EXEMPLO DE NÃO CONFORMIDADE (ANTIÉTICO E PROIBIDO)	POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS
Consultas/ Diagnósticos Online	Um dentista responde a uma pergunta geral no direct do Instagram com: "Para um diagnóstico preciso e um plano de tratamento personalizado, é essencial que você agende uma consulta presencial. Estou à disposição para te avaliar em meu consultório."	"Pela sua foto, parece que você precisa de um implante. Qual a sua disponibilidade para iniciarmos o tratamento? Manda seu pix para eu agendar a sua primeira sessão." ou "Sim, pela sua descrição, posso afirmar que você tem [doença X]. Te indico o tratamento Y." (Mesmo que não cobre, o diagnóstico e indicação de tratamento online é vedado).	Advertência, Censura Confidencial, Censura Pública, Suspensão do Exercício Profissional por até 90 dias.
Comunica- ção de Títulos/Espe- cialidades	Um perfil em rede social ou site informa: "Dr. [Nome do Dentista] - Cirurgião-Dentista CRO/UF [número]. Especialista em Ortodontia RQE/UF [número da especialidade]".	"Dr. [Nome do Dentista] – O maior especialista em harmonização orofacial do Brasil!" (mesmo que tenha a especialidade, o uso de superlativo é proibido). Ou "Pós-graduado em [área sem registro de especialidade no CFO]" apresentado como se fosse uma especialidade reconhecida.	Advertência, Censura Confidencial, Censura Pública.

Consequências: As sanções éticas podem variar de Advertência Confidencial a Censura Confidencial, Censura Pública, Suspensão do Exercício Profissional (por até 90 dias) e, em casos mais graves, Cassação do Exercício Profissional. Além disso, há o dano irreparável à reputação profissional.

5. Checklist para Publicações Digitais Éticas

Use este checklist antes de cada publicação para garantir conformidade com a Resolução CFO-196/2019:

- **Identificação Profissional:**
 - Minha publicação inclui meu nome completo, CRO/UF e número de inscrição?
 - Se sou especialista, meu RQE/UF (Registro de Qualificação de Especialista) está visível?
 - Se é uma clínica, o nome do Responsável Técnico e seu CRO/UF estão identificados?
- **Conteúdo e Propósito:**
 - O objetivo principal da minha publicação é informar e educar o público sobre saúde bucal?
 - A linguagem utilizada é profissional, clara e evita jargões excessivos?
 - A publicação é relevante e agrega valor para quem a lê/assiste?
- **Proibições (Verificar e Eliminar):**
 - NÃO divulgo preços, formas de pagamento, parcelamentos, descontos ou promoções?
 - NÃO prometo resultados "infalíveis", "garantidos" ou a "cura milagrosa"?
 - NÃO utilizo linguagem sensacionalista, superlativa ("o melhor", "o único") ou enganosa?
 - NÃO denigro ou comparo meu trabalho com o de outros colegas?
 - NÃO ofereço diagnósticos, consultas ou planos de tratamento online, sem avaliação clínica?
- **Uso de Imagens/Depoimentos:**
 - Se utilizo fotos/vídeos de pacientes (antes e depois ou em tratamento), possuo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) expresso e assinado por ele (ou responsável legal)?
 - As imagens de "antes e depois" têm caráter estritamente educativo/informativo, sem exploração mercantilista ou sensacionalista?
 - As imagens NÃO foram manipuladas, alteradas ou editadas de forma a distorcer a realidade?
 - As imagens estão acompanhadas de legendas claras sobre o tratamento e a ressalva de que resultados podem variar?
 - Depoimentos de pacientes são espontâneos, verídicos e não pagos? (Ainda que o CFO não proíba o depoimento, o uso deve ser com extrema cautela e consentimento, sem promover o profissional).
- **Veracidade e Transparência:**
 - Todas as informações apresentadas são verídicas e podem ser comprovadas?
 - Há alguma informação que possa induzir o paciente ao erro ou à confusão? (Se sim, ajuste!)

6. Conclusão: Construindo uma Reputação Digital Baseada na Ética

A Resolução CFO-196/2019 não deve ser vista como uma barreira para a atuação do cirurgião-dentista no ambiente digital, mas sim como um guia essencial para construir uma presença online sólida, respeitável e, acima de tudo, ética.

Ao seguir rigorosamente as diretrizes estabelecidas pelo Código de Ética Odontológica, o profissional não apenas se resguarda de possíveis sanções, mas também:

- **Fortalece a Confiança:** Pacientes valorizam a transparência e a seriedade.
- **Eleva a Imagem da Profissão:** Contribui para um ambiente odontológico digital mais íntegro.
- **Atrai Pacientes Conscientes:** Pessoas que buscam qualidade, informação e respeito acima de promoções ou promessas vazias.

A ética é o alicerce de qualquer profissão da saúde. No vasto e dinâmico mundo digital, ela se torna o maior ativo do cirurgião-dentista. Consulte este documento regularmente, mantenha-se atualizado com as normas do CFO e, acima de tudo, priorize sempre a saúde, o bem-estar e a informação de seus pacientes.

Disclaimer:

Este documento é um material de apoio e consulta, baseado na Resolução CFO-196/2019 e CFO-212/2019. É fundamental que o cirurgião-dentista consulte sempre as resoluções oficiais e completas no site do Conselho Federal de Odontologia ( www.cfo.org.br) e, em caso de dúvida específica, procure o seu Conselho Regional de Odontologia (CRO) ou um profissional especializado em ética odontológica.

Desejo sucesso em sua jornada e conte comigo!

Dra Renata Schiffler