

## **IMPLICAÇÕES ÉTICAS DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA NA ERA DIGITAL: CONCEPÇÃO DE ALUNOS E PROFESSORES DO CURSO DE ODONTOLOGIA**

Felipe Paes Carvalho\*

Iratátima Souza Borges\*

Mirelly Santos Dias de Araujo\*

Jorge Vinicius Santana dos Santos\*

Mona Lisa Cordeiro da Asselta\*\*

O Brasil é o país com maior número de cirurgiões-dentistas do mundo, e essa quantidade de profissionais atuando na mesma região gera concorrência e rivalidade, forçando-os a procurar métodos de divulgar e oferecer serviço odontológicos que alcance o maior número de clientes. A crescente acessibilidade ao mundo digital e o aumento dos usuários das redes sociais possibilitou aos cirurgiões-dentistas uma importante ferramenta, a do marketing digital, devido a sua capacidade de interação em tempo real com o público, e baixo custo. Nesse contexto, o estudo tem como objetivo analisar o conhecimento de professores e alunos do curso de odontologia, de um Instituição privada do Recôncavo Baiano, acerca das implicações éticas da publicidade e propaganda na era digital. O procedimento metodológico será realizar um estudo epidemiológico de corte transversal do tipo descritivo, utilizando dados primários. As informações serão coletadas através de um questionário autoaplicável direcionado a professores cirurgiões-dentistas e acadêmicos do curso de odontologia, acerca das implicações éticas da publicidade e propaganda na era digital. Para a análise dos dados será utilizada a técnica de estatística descritiva que envolve distribuições absolutas e percentuais. Este projeto será submetido à Plataforma Brasil para apreciação pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) da Faculdade Maria Milza/FAMAM. Diante da presente pesquisa os resultados contribuirão com o conhecimento para cirurgiões-dentistas e acadêmicos dos cursos de odontologia nos diferentes períodos da graduação, possibilitando uma nova abordagem sobre o tema, somatizando conhecimento frente ao marketing digital com base no código de ética odontológica e a lei 5.081/66, evitando processos e trazendo mais segurança ao profissional.

**Palavras-chave:** marketing, saúde bucal, odontologia, cirurgiões-dentistas, ética.

---

\* Acadêmicos do curso de odontologia da Faculdade Maria Milza.

\*\* Cirurgiã-dentista/UEFS; Especialista em Odontologia Legal/Marinha do Brasil; Mestre em Saúde Coletiva/UEFS; Doutoranda em Saúde Coletiva/UEFS; Pesquisadora do Núcleo de Estudo e Pesquisa em Crianças e Adolescentes/NNEPA-UEFS; e Professora/Orientadora do curso de Odontologia da Faculdade Maria Milza.