Studies in Multidisciplinary Review
ISSN 2764-4782

Do consultório para o *feed*: a influência das mídias sociais na administração das clínicas odontológicas

From the office to the feed: the influence of social media on the management of dental clinics

De la oficina al feed: la influencia de las redes sociales en la gestión de las clínicas dentales

DOI: 10.55034/smrv6n2-009

Originals received: 6/13/2025
Acceptance for publication: 7/8/2025

Kamilly Cristina Silva Machado Oliveira
Graduanda em Administração
Instituição: Escola Superior Madre Celeste (Faculdade ESMAC)
Endereço: Ananindeua, Pará, Brasil
E-mail: millyoliveita@gmail.com

Maria Clara Pereira Rosário
Graduanda em Ciências Contábeis
Instituição: Escola Superior Madre Celeste (Faculdade ESMAC)
Endereço: Ananindeua, Pará, Brasil
E-mail: mc.pereirarosario@gmail.com

Renato Vianna Cortez de Souza
Especialista em Marketing
Instituição: Escola Superior Madre Celeste (Faculdade ESMAC)
Endereço: Ananindeua, Pará, Brasil
E-mail: renato@corteznet.com.br

Danillo Soares Rios
Especialista em Auditoria, Controladoria e Perícia
Instituição: Escola Superior Madre Celeste (Faculdade ESMAC)
Endereço: Ananindeua, Pará, Brasil
E-mail: rios.danillocontador@gmail.com

Amarildo Rodrigues de Matos
Mestre em Criminologia
Instituição: Escola Superior Madre Celeste (Faculdade ESMAC)
Endereço: Ananindeua, Pará, Brasil
E-mail: amarildo.matos@esmac.edu.br

RESUMO
Este estudo investiga a influência do marketing digital na gestão de clínicas odontológicas, destacando a importância das mídias sociais como ferramentas

essenciais de comunicação e relacionamento. Com a evolução tecnológica e a crescente presença dessas plataformas na vida cotidiana, elas se tornaram cruciais para a promoção de serviços e a construção de uma imagem positiva, tanto das clínicas quanto dos profissionais da odontologia. O marketing digital é apresentado como uma estratégia eficaz para aprimorar a interação entre clínicas e pacientes, promovendo um ambiente de confiança e acessibilidade. A literatura revisada indica que um uso adequado das mídias sociais possibilita uma relação mais próxima entre dentistas e pacientes, permitindo respostas rápidas às dúvidas, compartilhamento de informações relevantes e exposição de depoimentos e tratamentos, sempre com a devida autorização. Essa transparência é fundamental para estabelecer credibilidade e atrair novos clientes. Contudo, a pesquisa alerta para os riscos associados à má gestão das mídias sociais. Práticas que desconsideram o Código de Ética da Odontologia podem gerar expectativas irreais e prejudicar a imagem da clínica e do profissional. O não cumprimento dessas diretrizes pode resultar em sanções, incluindo a perda do registro no Conselho Regional de Odontologia (CRO), comprometendo a capacidade do dentista de exercer sua profissão. A metodologia adotada foi qualitativa, baseada em revisão bibliográfica de artigos publicados entre 2019 e 2024. Os resultados mostram que, quando bem geridas, as mídias sociais criam um ambiente favorável ao engajamento dos pacientes, contribuindo para a fidelização e a ampliação da clientela. Adicionalmente, a pesquisa enfatiza a necessidade de um profissional especializado em marketing digital nas clínicas odontológicas. Esse especialista pode ajudar a criar estratégias eficazes, respeitando os padrões éticos da profissão e garantindo uma comunicação autêntica e alinhada às expectativas dos pacientes. Conclui-se que a adoção de práticas éticas e bem estruturadas de marketing digital é essencial para que clínicas odontológicas se beneficiem das mídias sociais sem comprometer a integridade profissional e a confiança dos pacientes. A gestão responsável dessas plataformas pode resultar em relações duradouras e na construção de uma reputação sólida no mercado.

Palavras-chave: Marketing Digital. Mídias Sociais. Clínicas Odontológicas. Ética Profissional. Fidelização de Clientes. Gestão de Imagem.

ABSTRACT

This study investigates the influence of digital marketing on the management of dental clinics, highlighting the importance of social media as essential tools for communication and relationship building. With technological advancements and the growing presence of these platforms in daily life, they have become crucial for promoting services and enhancing the professional image of both clinics and dental practitioners. Digital marketing is presented as an effective strategy to improve interaction between clinics and patients, fostering an environment of trust and accessibility. The reviewed literature indicates that the proper use of social media enables a closer relationship, allowing dentists to respond quickly to patient inquiries, share relevant information, and showcase treatment testimonials, always with the patient's consent. This transparency is essential for building credibility and attracting new clients. However, the study warns of the risks associated with poor social media management. Practices that disregard the Dental Ethics Code can create unrealistic expectations and damage the reputation of both the clinic and the professional. Non-compliance with these

guidelines may lead to penalties, including the loss of registration with the Regional Dental Council (CRO), preventing the dentist from practicing. A qualitative methodology was adopted, based on a bibliographic review of articles published between 2019 and 2024. The findings show that, when properly managed, social media creates a favorable environment for patient engagement, contributing to loyalty and client base expansion. Additionally, the research emphasizes the need for a specialized digital marketing professional in dental clinics. This expert can help develop strategies that promote services while adhering to the profession's ethical standards, ensuring authentic communication aligned with patient expectations. In conclusion, the adoption of ethical and well-structured digital marketing practices is essential for dental clinics to leverage social media without compromising professional integrity and patient trust. Responsible management of these platforms can result in long-lasting relationships and the establishment of a strong reputation in the market.

Keywords: Digital Marketing. Social Media. Dental Clinics. Professional Ethics. Customer Loyalty. Image Management.

RESUMEN

Este estudio investiga la influencia del marketing digital en la gestión de clínicas odontológicas, destacando la importancia de las redes sociales como herramientas esenciales de comunicación y relación. Con los avances tecnológicos y la creciente presencia de estas plataformas en la vida cotidiana, se han vuelto cruciales para la promoción de servicios y la construcción de una imagen profesional tanto de las clínicas como de los dentistas. El marketing digital se presenta como una estrategia eficaz para mejorar la interacción entre clínicas y pacientes, fomentando un ambiente de confianza y accesibilidad. La literatura revisada indica que el uso adecuado de las redes sociales permite una relación más cercana entre dentistas y pacientes, facilitando respuestas rápidas, la difusión de información relevante y la exposición de testimonios y tratamientos, siempre con el consentimiento del paciente. Esta transparencia es fundamental para establecer credibilidad y atraer nuevos clientes. Sin embargo, el estudio advierte sobre los riesgos de una mala gestión de las redes sociales. Las prácticas que desconsideran el Código de Ética de la Odontología pueden generar expectativas irreales y dañar la imagen de la clínica y del profesional. El incumplimiento de estas directrices puede conllevar sanciones, incluida la pérdida del registro en el Consejo Regional de Odontología (CRO), impidiendo el ejercicio profesional. Se adoptó una metodología cualitativa basada en la revisión bibliográfica de artículos publicados entre 2019 y 2024. Los resultados muestran que, cuando se gestionan adecuadamente, las redes sociales crean un entorno favorable para el compromiso del paciente, contribuyendo a su fidelización y a la ampliación de la clientela. Además, la investigación destaca la necesidad de un profesional especializado en marketing digital en las clínicas odontológicas. Este especialista puede ayudar a desarrollar estrategias eficaces, respetando los estándares éticos de la profesión y garantizando una comunicación auténtica alineada con las expectativas de los pacientes. En conclusión, la adopción de prácticas éticas y bien estructuradas de marketing digital es esencial para que las clínicas odontológicas aprovechen las redes sociales sin comprometer la integridad profesional ni la confianza del paciente. La gestión responsable de estas plataformas puede generar relaciones

duraderas y una sólida reputación en el mercado.

Palabras clave: Marketing Digital. Redes Sociales. Clínicas Dentales. Ética Profesional. Fidelización de Clientes. Gestión de Imagen.

1 INTRODUÇÃO

As mídias sociais vêm desempenhando um papel central na comunicação e na estratégia de mercado de diversos setores, incluindo a área da saúde. No contexto odontológico, essas plataformas deixaram de ser apenas ferramentas de divulgação para se tornarem instrumentos estratégicos na administração das clínicas, contribuindo para a construção da imagem profissional e a aproximação com os pacientes.

A influência das mídias sociais na administração de clínicas odontológicas tem crescido significativamente, alterando a forma como esses estabelecimentos se comunicam, promovem seus serviços e constroem relacionamentos com os pacientes. No cenário atual, as redes sociais desempenham um papel essencial no marketing digital, proporcionando maior alcance e engajamento com públicos variados.

O marketing digital, especialmente por meio das redes sociais, tem permitido que clínicas odontológicas alcancem novos públicos, fidelizem pacientes e reforcem sua credibilidade no mercado. Como destaca (Mendes, 2024), as mídias sociais não são apenas canais de comunicação, mas espaços que promovem interação direta e engajamento, possibilitando o compartilhamento de informações relevantes sobre saúde bucal e serviços oferecidos. Além disso, (França, 2024) afirma que uma presença digital estruturada contribui para a transparência e confiança na relação entre profissionais e pacientes.

No entanto, apesar dos benefícios proporcionados pelo marketing digital, é essencial que a gestão das redes sociais esteja alinhada aos princípios éticos da odontologia. A exibição inadequada de procedimentos, a criação de expectativas irreais e a mercantilização dos serviços podem comprometer a credibilidade do profissional e levar a penalizações pelo Conselho Regional de Odontologia (CRO) (De Souza, 2024).

Diante desse cenário, este estudo busca analisar a influência das mídias sociais na administração das clínicas odontológicas, investigando como essas plataformas podem ser utilizadas estrategicamente sem comprometer a ética profissional. Além disso, explora a necessidade da presença de profissionais especializados em marketing digital na gestão dessas clínicas, garantindo uma comunicação eficaz, responsável e alinhada às expectativas do público.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA GESTÃO DE CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS

As redes sociais transformaram-se em um espaço fundamental para a promoção de serviços e a comunicação com os pacientes. Quando utilizadas estrategicamente, essas plataformas contribuem para um relacionamento mais próximo, possibilitando que os profissionais compartilhem informações úteis, depoimentos e até mesmo resultados de tratamentos, respeitando sempre as diretrizes éticas da profissão (Mendes, 2024).

Por outro lado, um uso inadequado das mídias sociais pode comprometer a credibilidade do profissional. A exibição de resultados irreais ou promessas exageradas pode gerar falsas expectativas e ser interpretada como mercantilização dos serviços odontológicos, o que pode levar a penalidades pelo Conselho Regional de Odontologia (CRO) (De Souza, 2024).

2.2 A RELEVÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO

O marketing de conteúdo tem se mostrado uma das estratégias mais eficazes para engajar pacientes e fortalecer a imagem da clínica. Segundo (França, 2024), a presença digital profissional deve ser estruturada de forma a adaptar a comunicação das clínicas odontológicas ao ambiente das mídias sociais, promovendo confiança e ampliando seu alcance.

Os conteúdos mais compartilhados por clínicas odontológicas incluem dicas de saúde bucal, depoimentos de pacientes e demonstrações de procedimentos (sempre com autorização). Esse tipo de abordagem fortalece a

credibilidade e humaniza o atendimento odontológico (Carvalho, 2021).

3 METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica de artigos publicados entre 2019 e 2024. A seleção das fontes foi realizada em plataformas acadêmicas como Google Acadêmico e SciELO, utilizando os seguintes descritores: “administração”, “mídias sociais” e “odontologia”.

Foram excluídos artigos irrelevantes para garantir uma análise focada no impacto das mídias sociais na administração de clínicas odontológicas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise dos dados obtidos evidenciou os seguintes pontos relevantes:

- 80% dos dentistas entrevistados consideram o marketing digital como “muito importante” ou “importante” para a gestão de suas clínicas odontológicas;
- 60% utilizam o Instagram como principal ferramenta de divulgação dos serviços e captação de pacientes;
- 50% apontam que a principal estratégia de marketing adotada é a recomendação boca a boca, combinada com a presença digital;
- 90% dos profissionais afirmaram não contar com um especialista responsável pela gestão das redes sociais, destacando essa carência como uma das principais dificuldades enfrentadas na implementação de estratégias de marketing digital eficazes. Os resultados destacam que, apesar do reconhecimento da importância do marketing digital, muitos profissionais ainda enfrentam desafios na sua aplicação prática, especialmente devido à falta de tempo e de conhecimento especializado.

5 CONCLUSÃO

As mídias sociais têm se consolidado como ferramentas essenciais para a administração de clínicas odontológicas, permitindo uma comunicação mais

próxima, acessível e interativa entre profissionais e pacientes. Este estudo demonstrou que o uso estratégico dessas plataformas pode impactar positivamente a gestão das clínicas, contribuindo para a fidelização de pacientes, a ampliação do alcance da marca e a construção de uma reputação sólida no mercado.

Os resultados apontam que a presença digital bem estruturada possibilita a divulgação eficaz dos serviços odontológicos, o esclarecimento de dúvidas recorrentes e a humanização da relação dentista-paciente. No entanto, para que essa abordagem seja bem-sucedida, é fundamental que as estratégias de marketing digital estejam alinhadas aos princípios éticos da odontologia, garantindo que a promoção dos serviços não gere expectativas irreais ou viole diretrizes estabelecidas pelos órgãos reguladores, como o Conselho Regional de Odontologia (CRO).

Além disso, o estudo reforça a importância de contar com profissionais especializados em marketing digital dentro das clínicas odontológicas. A gestão amadora das mídias sociais, apesar de comum entre os dentistas, pode limitar o potencial dessas ferramentas e expor a clínica a riscos éticos e reputacionais. Um planejamento estratégico adequado, conduzido por especialistas, permite que a comunicação nas redes sociais seja autêntica, respeitosa e alinhada às necessidades do público-alvo.

Outro ponto relevante identificado é a dificuldade enfrentada pelos profissionais em manter uma frequência consistente de postagens e interações nas redes sociais. O tempo escasso e a falta de conhecimento técnico foram apontados como desafios para a implementação eficaz do marketing digital no setor odontológico. Isso reforça a necessidade de capacitação dos profissionais ou a terceirização desse serviço para garantir que as mídias sociais sejam utilizadas de maneira eficiente e estratégica.

Dessa forma, conclui-se que o marketing digital é um recurso valioso para as clínicas odontológicas, mas seu uso deve ser planejado e conduzido com responsabilidade. O equilíbrio entre inovação e ética profissional é essencial para garantir que a presença digital contribua para o fortalecimento da credibilidade da clínica e para a construção de relacionamentos duradouros com os pacientes.

Para estudos futuros, sugere-se a realização de pesquisas empíricas que

avaliem a percepção dos pacientes sobre a presença digital dos profissionais de odontologia, bem como o impacto direto das estratégias de marketing digital no crescimento das clínicas. O aprofundamento dessas questões pode fornecer insights valiosos para aprimorar as práticas de comunicação digital no setor odontológico e garantir um uso mais eficiente e ético das mídias sociais.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, L. B. **Marketing digital e a administração pública: as mídias sociais como instrumento de participação social e accountability**. Revista Científica, v. 205, n. 9, p. 1-15, 2021.

DA SILVA, Vitor Correa *et al*. **A importância da gestão das mídias sociais: um estudo em uma microempresa de fast-food**. DESTARTE, v. 13, n. 1, p. 23-44, 2024.

DE SOUSA, **Gabriella Castro *et al*. Marketing digital na odontologia: impactos e desafios**. 2024.

FRANÇA, Deimyson Alcântara. **Administração pública, mídias sociais e a importância do profissional marketing digital: uma breve análise do Instagram do TRE-PI**. Revista Eleições & Cidadania, v. 8, n. 8, 2024.

MENDES, Ijosiel *et al*. **Estratégias de marketing de conteúdo em redes sociais**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 10, n. 7, p. 2240-2251, 2024.