



DIREITOS E DEVERES
DOS UTENTES DOS
SERVIÇOS DE SAÚDE

27.09
WEBINAR

REGIME JURÍDICO DAS PRÁTICAS DE PUBLICIDADE EM SAÚDE

NOME

Bárbara Soares

DATA

27-09-2023

ÍNDICE



- Introdução
- Âmbito objetivo de aplicação do regime
- Âmbito subjetivo de aplicação do regime
- Princípios consagrados
- Práticas de publicidade proibidas
- Regime sancionatório

INTRODUÇÃO

- ✓ **Constituição de 1976**
- ✓ **Código da Publicidade (1990) e legislação avulsa**
- ✓ **Histórico de intervenções da ERS**

ERS - Recomendação n.º 1/2014 - Recomendação da ERS relativa a práticas publicitárias dos prestadores de cuidados de saúde

INTRODUÇÃO

Regime jurídico das práticas de publicidade em saúde

- ✓ **Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro (RJPPS)**
 - +
- ✓ **Regulamento da ERS n.º 1058/2016, de 24 de novembro (Regulamento)**
 - Elementos de identificação dos intervenientes a favor de quem são efetuadas as práticas de publicidade em saúde (princípio da transparência);
 - Elementos que devem constar da publicidade efetuada (princípio da objetividade).

INTRODUÇÃO

Matérias excluídas (art. 1.º, n.º 3 do RJPPS)

- ❖ Publicidade a medicamentos – DL n.º 176/2006, de 30 de agosto;
- ❖ Publicidade a dispositivos médicos – DL n.º 145/2009, de 17 de junho;
- ❖ Publicidade institucional do Estado – Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto;
- ❖ Publicidade a suplementos alimentares – DL n.º 136/2003, de 28 de junho.

ÂMBITO OBJETIVO

Publicidade em saúde (art. 2.º, alínea b) do RJPPS)

- i. Qualquer **comunicação** comercial, a televenda, a telepromoção, o patrocínio, a colocação de produto e a ajuda a produção;
- ii. Qualquer **informação**, ainda que sob a aparência, designadamente, de informação editorial, técnica ou científica;
- iii. Com o objetivo ou o efeito, direto ou indireto, de **promover** junto dos utentes:
 - ✓ **Atos e serviços** dirigidos à proteção ou manutenção da saúde ou à prevenção e tratamento de doenças, com o objetivo de os comercializar ou alienar;
 - ✓ **Ideias, princípios, iniciativas ou instituições** dirigidas à proteção ou manutenção da saúde ou à prevenção e tratamento de doenças.

ÂMBITO SUBJETIVO

Intervenientes (art. 2.º, alínea a) do RJPPS)

Todos aqueles que **beneficiam** da, ou **participam** na, **conceção** ou na **difusão** de uma prática de publicidade em saúde:

- ✓ Entidades responsáveis por estabelecimentos prestadores de cuidados de saúde, de natureza pública, privada, cooperativa ou social;
- ✓ Profissionais de saúde;
- ✓ Pessoas singulares ou coletivas que assumam indevidamente a qualidade de prestadores de cuidados de saúde;
- ✓ Pessoas singulares ou coletivas que contribuam para a construção, comunicação e divulgação da publicidade.

ÂMBITO SUBJETIVO

Utentes (art. 2.º, alínea c) do RJPPS)

Todos aqueles que atuam com fins que **não** se incluem no âmbito da respetiva atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional.



(Imagem retirada da internet)

PRINCÍPIOS

Princípios gerais (art. 3.º do RJPPS)

- Princípios relativos à identificação do interveniente a favor de quem é efetuada a publicidade:
 - ✓ Princípios da transparência, da fidedignidade e da licitude;

- Princípios relativos ao teor da mensagem publicitada:
 - ✓ Princípio da objetividade;
 - ✓ Princípio do rigor científico.

PRINCÍPIOS

Transparência, fidedignidade e licitude (art. 4.º do RJPPS)

- A publicidade deve identificar de forma verdadeira, completa e inteligível o interveniente a favor de quem é efetuada (cfr. art. 2.º Regulamento).
- Se o interveniente for prestador de cuidados de saúde, a publicidade não pode suscitar dúvidas sobre:
 - ✓ atos e serviços de saúde que se propõe prestar;
 - ✓ convenções e demais acordos detidos, celebrados e em vigor;
 - ✓ habilitações dos profissionais de saúde;
 - ✓ requisitos de exercício da atividade e de funcionamento.

PRINCÍPIOS – TRANSPARÊNCIA

Elementos de identificação do interveniente beneficiário da publicidade

- ✓ Cfr. artigo 2.º do Regulamento da ERS n.º 1058/2016.
 - Nome ou firma, e designação comercial ou social;
 - NIF/NIPC;
 - Registo na ERS (entidade/estabelecimento);
 - Número da licença de funcionamento, quando aplicável;
 - Morada ou localização geográfica do estabelecimento de saúde visado;
 - Número de cédula profissional e habilitações de profissional de saúde visado.

PRINCÍPIOS

Transparência, fidedignidade e licitude (art. 4.º, n.º 3 do RJPPS)

- A publicidade é ilícita:
 - ✓ sempre que o interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada assumir a qualidade de prestador de cuidados de saúde, **sem efetivamente o ser**; ou
 - ✓ sendo prestador de cuidados de saúde, **não cumpra** os requisitos de atividade e funcionamento.

PRINCÍPIOS

Objetividade (art. 5.º do RJPPS)

- A mensagem ou informação publicitada **deve**:
 - ✓ ser clara, inteligível e precisa;
 - ✓ conter todos os elementos considerados adequados e necessários ao completo esclarecimento do utente (cfr. arts. 3.º e 4.º do Regulamento).

PRINCÍPIOS

Objetividade (art. 5.º do RJPPS)

- A mensagem ou informação publicitada **não deve**:
 - ✓ conter expressões, conceitos, testemunhos ou afirmações que possam criar no utente expectativas potenciadoras de perigo ou potencialmente ameaçadoras para a sua integridade física ou moral.

PRINCÍPIOS – OBJETIVIDADE

Ex. elementos da mensagem publicitada

- ✓ Cfr. artigos 3.º e 4.º do Regulamento da ERS n.º 1058/2016
 - Exceções no acesso a cuidados de saúde ao abrigo de convenções, acordos ou protocolos, e local onde a informação contratual está acessível para consulta;
 - Ato e/ou serviço compreendidos no preço e/ou abrangidos pelos descontos, promoções ou gratuidade;
 - Informação sobre a referência ou fonte técnica e científica, bem como as normas ou orientações nacionais e/ou internacionais aplicáveis;
 - Informação sobre a eventual necessidade de avaliação prévia, diagnóstico individual prévio ou prescrição médica prévia;
 - Prazos temporais de campanhas com duração limitada.

PRINCÍPIOS

Princípio do rigor científico (art. 6.º do RJPPS)

- Na publicidade apenas devem ser utilizadas informações aceites pela comunidade técnica ou científica, devendo evitar-se referências que possam induzir os utentes em erro acerca da utilidade e finalidade do ato ou serviço.

PRÁTICAS DE PUBLICIDADE PROIBIDAS

Práticas de publicidade em saúde proibidas (art. 7.º, n.º 1 RJPPS)

São proibidas as práticas de publicidade em saúde que induzam ou sejam suscetíveis de induzir em **erro** o utente quanto à decisão a adotar, **designadamente**:

- ✓ Ocultem informação relevante;
- ✓ Enganem o público-alvo;
- ✓ Confundam o público-alvo.

PRÁTICAS DE PUBLICIDADE PROIBIDAS

- A lista de práticas de publicidade em saúde proibidas, prevista no n.º 1 do artigo 7.º do RJPPS é **exemplificativa**.

- ✓ Sentença do TCRS de 2022

«[...] Importa desde logo referir que nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do Decreto-Lei acima identificado são proibidas todas as práticas de publicidade em saúde que, por qualquer razão, induzam ou sejam susceptíveis de induzir em erro o utente quanto à decisão a adoptar. As alíneas que depois são previstas nesse dispositivo legal apenas apresentam um cariz meramente indicativo. Tal é permitido concluir através do elemento literal da norma, quando alude à palavra “designadamente”».

PRÁTICAS DE PUBLICIDADE PROIBIDAS

São ainda proibidas as práticas de publicidade em saúde que (art. 7.º, n.º 2 RJPPS):

- ✓ Limitem significativamente a liberdade de escolha do utente, através de assédio, coação ou influência indevida;
- ✓ Induzam o utente ao consumo desnecessário, nocivo ou sem diagnóstico ou avaliação prévios por profissional habilitado;
- ✓ No âmbito de concursos, sorteios ou outras modalidades ou certames afins divulguem atos ou serviços de saúde como respetivo prémio, brinde ou condição de prémio, ou similares.

REGIME SANCIONATÓRIO

Regime sancionatório (art. 8.º do RJPPS)

- **Contraordenação:** violação dos princípios gerais consagrados nos artigos 3.º a 6.º, bem como violação do artigo 7.º:
 - ✓ **Coima** de 250 EUR a 3 740,98 EUR, se o infrator for pessoa singular;
 - ✓ **Coima** de 1 000 EUR a 44 891,81 EUR, se o infrator for pessoa coletiva.

REGIME SANCIONATÓRIO

- Competência da ERS para fiscalizar e instruir os processos de contraordenação;
- Competência do Conselho de Administração da ERS para aplicar as coimas e sanções acessórias;
 - ✓ **Intervenientes não regulados** – poderes de fiscalização e sancionatórios;
 - ✓ **Intervenientes regulados** – poderes de supervisão, fiscalização e sancionatórios;
- Nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, tais competências são exercidas pelos respetivos serviços regionais.

LIGAÇÕES ÚTEIS PARA A PÁGINA ELETRÓNICA

- ✓ **ERS - Publicidade em saúde** (legislação)
- ✓ **ERS - Informação sobre o Regulamento da ERS n.º 1058/2016 (Regulamento do regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde)**
- ✓ **ERS - Publicidade em Saúde** (artigo na newsletter)
- ✓ **ERS - Documentos marca**



DIREITOS E DEVERES
DOS UTENTES DOS
SERVIÇOS DE SAÚDE



RUA S. JOÃO DE BRITO, 621 L32
4100-455 PORTO - PORTUGAL
T +351 222 092 350
GERAL@ERS.PT
WWW.ERS.PT