



# PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS EM SAÚDE



**ERS**  
ENTIDADE  
REGULADORA  
DA SAÚDE

# O PAPEL DA ERS

A ERS tem competências para fiscalizar e sancionar os casos de incumprimento do Regime Jurídico das Práticas de Publicidade em Saúde (RJPPS). Caso tome conhecimento de situações que indiciem uma atuação desconforme, a ERS instaura os competentes processos contraordenacionais e, finda a sua instrução, poderá decidir pela condenação e aplicação das respetivas coimas e sanções acessórias.

A ERS promove ainda iniciativas que pretendem aumentar a sensibilidade de prestadores e utentes para o RJPPS, numa perspetiva pedagógica e de promoção da literacia em saúde.

## A PUBLICIDADE EM SAÚDE DEVE:

- CONTER toda a informação necessária ao esclarecimento dos destinatários;
- IDENTIFICAR o prestador e/ou estabelecimento visados;
- SER PRESTADA com verdade, de forma clara, adaptada à capacidade de compreensão dos destinatários;
- UTILIZAR apenas informações cientificamente validadas e rigorosas.

## A PUBLICIDADE EM SAÚDE NÃO DEVE:

- INDUZIR EM ERRO os utentes ou CRIAR CONFUSÃO quanto aos atos e serviços de saúde prestados, às convenções e acordos aplicáveis, às habilitações dos profissionais de saúde;
- INCITAR à aquisição de serviços de saúde, DESCONSIDERANDO as reais necessidades dos utentes;
- INCITAR à aquisição de serviços de saúde, SEM ATENDER à exigência de avaliação individual prévia por profissional de saúde habilitado;
- INDUZIR ao consumo desnecessário ou nocivo dos cuidados de saúde;
- REFERIR-SE falsamente a garantias de curas ou de resultados, ou ainda à inexistência de efeitos adversos;
- SORTEAR ATOS OU SERVIÇOS DE SAÚDE como prémio ou brinde no âmbito de concursos.



**ERS**

ENTIDADE  
REGULADORA  
DA SAÚDE

## A PUBLICIDADE EM SAÚDE E O DIREITO DO UTENTE À INFORMAÇÃO

- Aos utentes é reconhecido o direito a decidir, de forma livre e esclarecida, sobre os cuidados de saúde que lhes são propostos e o direito de escolher a entidade prestadora de cuidados de saúde, na medida dos recursos existentes;
- A livre escolha dos utentes está diretamente dependente da informação prévia que lhes é prestada;
- A informação em saúde deve ser adaptada à capacidade de compreensão do público-alvo;
- A publicidade relativa a serviços de saúde deve garantir que a liberdade de escolha dos utentes não seja prejudicada, e deve procurar minimizar a assimetria de informação existente entre prestador-utente.

## O REGIME JURÍDICO DAS PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS EM SAÚDE (RJPPS)

- O RJPPS, instituído pelo Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro, e complementado pelo Regulamento da ERS n.º 1058/2016, de 24 de novembro, regula a publicidade desenvolvida por quaisquer intervenientes, de natureza pública, privada, cooperativa ou social, sobre intervenções dirigidas à proteção ou manutenção da saúde ou à prevenção e tratamento de doenças, independentemente da forma ou meios que se proponham utilizar;
- O RJPPS tem aplicação independentemente dos canais de difusão utilizados: escritos, audiovisuais, meios de comunicação social tradicionais ou digitais, incluindo redes sociais, newsletters e páginas eletrónicas;
- Estão excluídas do RJPPS algumas matérias reguladas noutros diplomas especiais, nomeadamente a publicidade a medicamentos e dispositivos médicos, a publicidade institucional do Estado e a publicidade a suplementos alimentares.

## A MENSAGEM PUBLICITÁRIA NÃO PODE DAR AZO A INTERPRETAÇÕES AMBÍGUAS OU DUVIDOSAS

- A publicidade deve conter todos os elementos considerados necessários ao completo esclarecimento do utente.

## A PUBLICIDADE DEVE IDENTIFICAR A ENTIDADE E/OU ESTABELECIMENTO A FAVOR DE QUEM É EFETUADA:

- Através de nome/firma da entidade;
- NIF/NIPC ou número de inscrição na ERS da entidade ou número do registo do estabelecimento prestador de cuidados de saúde por aquela detido e número da respetiva licença de funcionamento para a tipologia de atividade que desenvolve, se aplicável, bem como com a morada do estabelecimento, quando se tratar de prestadores de cuidados de saúde;
- Número de cédula profissional e indicação das habilitações profissionais quando o interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada for um profissional de saúde.

## SÃO PROIBIDAS AS PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS EM SAÚDE QUE INDUZAM EM ERRO O UTENTE QUANTO À DECISÃO A ADOTAR, DESIGNADAMENTE, QUE:

- Induzam em erro sobre características principais do ato ou serviço;
- Incitem à aquisição de atos e serviços de saúde, sem ter em consideração as necessidades dos utentes ou a exigência de avaliação individual prévia por profissional de saúde habilitado, induzindo ao consumo desnecessário ou nocivo dos cuidados de saúde;
- Se refiram falsamente a garantias de curas ou de resultados, ou ainda à inexistência de efeitos adversos.

## A MENSAGEM PUBLICITÁRIA DEVE CONTER INFORMAÇÕES RIGOROSAS E CIENTIFICAMENTE VALIDADAS

- Quando sejam feitas referências a alegações técnicas de determinado serviço/tratamento, deve constar da publicidade a fonte científica que comprove o seu rigor.

## ANTES DE TOMAR A DECISÃO DE AQUISIÇÃO DOS SERVIÇOS PUBLICITADOS, O UTENTE DEVE:

- 1.** Confirmar qual o prestador (hospital, clínica, profissional de saúde) responsável pela prestação dos cuidados;
- 2.** Confirmar se o prestador está inscrito na ERS como entidade prestadora de cuidados de saúde\*;
- 3.** Confirmar se o profissional de saúde é detentor de cédula profissional válida, emitida pela entidade competente\*\*;
- 4.** Questionar quais os serviços abrangidos pela publicidade em questão e quais as condições de aquisição;
- 5.** Solicitar informação sobre o preço que terá de pagar pelos cuidados de saúde, e sobre os cuidados de saúde que estão incluídos naquele valor;
- 6.** Confirmar se o prestador possui convenção com o Serviço Nacional de Saúde (SNS), com subsistemas de saúde, ou com a sua seguradora, para a especialidade e serviço que pretende;
- 7.** Tratando-se de uma campanha com descontos ou atos gratuitos, confirmar, junto do prestador, quais os serviços abrangidos pela campanha, período temporal, e se terá de incorrer em mais custos, para além dos já divulgados na publicidade, ou adquirir posteriormente outros serviços;
- 8.** Procurar tais serviços, apenas quando deles necessite efetivamente.

\*Esta pesquisa poderá ser efetuada através da página eletrónica da ERS <https://www.ers.pt/pt/prestadores/servicos/pesquisa-de-prestadores/>.

\*\* Esta pesquisa poderá ser efetuada, para determinadas profissões, através da página eletrónica da correspondente ordem profissional (Ordem dos Médicos, Ordem dos Médicos Dentistas, Ordem dos Enfermeiros, Ordem dos Farmacêuticos, Ordem dos Psicólogos, Ordem dos Nutricionistas, Ordem dos Fisioterapeutas, Administração Central do Sistema de Saúde, I. P. (ACSS), que tutela as profissões das áreas de diagnóstico e terapêutica, a podologia e as terapêuticas não convencionais).

Caso se sinta lesado por uma prática publicitária:

- Dirija-se à ERS e efetue uma reclamação através dos formulários disponíveis.



- Em alternativa, apresente uma reclamação diretamente à entidade visada, em livro próprio ou eletronicamente. Se possível, reencaminhe junto com a sua reclamação cópia, fotografia, vídeo ou print da publicidade que pretende denunciar.

Tem dúvidas? Consulte:

- A publicação da ERS “Direitos e Deveres dos Utentes dos Serviços de Saúde”, concretamente o capítulo referente à “Publicidade em saúde”.



- As Perguntas Frequentes sobre este tema, na ótica dos utentes.



- As Perguntas Frequentes direcionadas para prestadores.



- Consulte a legislação relevante.



A melhor forma de contactar telefonicamente a ERS será sempre através do seu Call Center (309 309 309), entre as 09h00 e as 17h30.

A informação constante do presente folheto informativo não dispensa a leitura atenta dos diplomas legais em vigor relativos à publicidade em saúde e visa constituir um instrumento de apoio e orientação.

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