

# P&R sobre o novo regime de publicidade na área da saúde

Por [Meios & Publicidade](#) a 23 de Outubro de 2015



Filipe Mayer, sócio da sociedade de advogados CCA ONTIER e responsável pela área de Tecnologias, Media e Telecomunicações, analisa, em formato pergunta/resposta, o [novo regime jurídico das práticas de publicidade em saúde](#) que entra em vigor a 1 de Novembro.

## **Porquê a publicação deste documento? Vem apenas preencher um vazio legal ou era uma necessidade sentida, fruto da evolução do sector da saúde?**

Este diploma surge na sequência de uma iniciativa conjunta dos Ministérios da Economia e da Saúde que constituíram um grupo de trabalho com a missão de analisar o regime jurídico aplicável aos actos de publicidade praticados pelos prestadores de cuidados de saúde. De acordo com o Despacho que determinou a constituição deste grupo de trabalho, um dos objectivos principais do mesmo passava por melhorar a informação e o conhecimento do sistema de saúde, assim como, melhorar a transparência da informação em saúde. Esse objectivo traduziu-se na análise do regime então em vigor aplicável aos actos de publicidade praticados pelos prestadores de cuidados de saúde e, acima de tudo, na apresentação de nova regulamentação aplicável ao sector.

Considero que a nova lei não veio preencher um vazio legal, na medida em que os princípios gerais preconizados – transparência, fidedignidade, licitude, objetividade e rigor da informação – resultam já do Código da Publicidade e são aplicáveis a todas as comunicações comerciais. Talvez tenha havido a necessidade de se reforçar e concretizar estes princípios numa área tão sensível como é o sector da saúde, onde a informação a prestar pelos anunciantes ao público deve ser particularmente rigorosa e objectiva.

## **O que abrange o Decreto-Lei ?**

O Decreto-Lei n.º 238/2015 de 14 de Outubro vem estabelecer o regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde desenvolvidas por quaisquer intervenientes, de natureza pública ou privada. O documento incide sobre as intervenções dirigidas à protecção, à manutenção da saúde, ou à prevenção e tratamento

de doenças, incluindo oferta de diagnósticos e quaisquer tratamentos ou terapias, independentemente da forma ou meios que se proponham utilizar. O diploma abrange igualmente a publicidade a actividades de aplicação de terapêuticas não convencionais. O regime jurídico não é aplicável, contudo, à publicidade a medicamentos e dispositivos médicos sujeita a regulação específica do INFARMED, nem à publicidade institucional do Estado.

É possível elencar algumas situações que estejam previstas pelo novo regime, em que o consumidor fique mais protegido? Vai obrigar a indústria a operar de uma maneira (muito) diferente do que fazia até agora?

A nova lei define um conjunto de práticas que são consideradas proibidas porque podem induzir em erro os consumidores. Essas proibições passam, por exemplo, pela ocultação de características principais do acto ou do serviço; por falsas referências a demonstração ou garantia de cura ou de resultados ou sem efeitos secundários; ou pela descrição de actos ou de serviços como sendo «grátis», «gratuito», «sem encargos», ou «com descontos» ou «promoção», se o utente tiver de pagar mais do que o custo inevitável de responder à prática de publicidade em saúde. As práticas proibidas previstas na lei são meramente exemplificativas, podendo a Entidade Reguladora da Saúde, a quem cabe a fiscalização e instrução dos processos de contra-ordenação, considerar que uma actuação de um interveniente, mesmo não tipificada na lei induz ou é susceptível de induzir em erro quanto à decisão de adoptar um determinado acto ou serviço de saúde. Como referi, não considero que este regime venha trazer algo de verdadeiramente novo, limitando-se a concretizar no sector da saúde regras que eram aplicáveis à publicidade em geral. Como tal, não acredito que seja esta legislação que venha a alterar significativamente o comportamento desta indústria.

### **Que penalidades estão previstas no documento para as infracções?**

A infracção de qualquer uma das regras acima referidas constitui contra-ordenação punível com coima que pode ascender a €44.891,81 (se o infractor for uma pessoa colectiva), podendo ainda haver lugar à aplicação das seguintes sanções acessórias:

- a) Apreensão de suportes, objectos ou bens utilizados na prática das contraordenações;
- b) Interdição, até ao limite de dois anos, de exercer a actividade profissional ou publicitária;
- c) Privação de direito ou benefício outorgado por entidades reguladoras ou serviços públicos, até ao limite de dois anos.

### **Face à publicação deste regime, como se encontra Portugal face aos seus congéneres europeus?**

Este diploma não decorre da transposição de legislação comunitária, pelo que podemos dizer que se trata de uma originalidade do legislador português. No entanto, também noutros países existem regras – gerais ou específicas deste sector – que são aplicáveis à publicidade em saúde.

### **Quando entra em vigor o documento?**

As novas regras entram em vigor no dia 1 de Novembro de 2015.

[Leia na edição desta quinzena do M&P um trabalho especial sobre este assunto \(exclusivo para assinantes M&P Plus\)](#)