

exigíveis para o efeito, deliberou o Conselho de Administração da Autoridade Nacional da Aviação Civil, ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 1008/2008, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de setembro de 2008, e do Decreto-Lei n.º 19/82, de 28 de janeiro, o seguinte:

1 — É alterada a alínea *c*) da Licença de Transporte Aéreo da empresa Jetcapital Aviation, S. A., que passa a ter a seguinte redação:

Cinco aeronaves de peso máximo à descolagem não superior a 47.000 kg e capacidade de transporte até 19 passageiros.

2 — Pela alteração da Licença são devidas taxas, de acordo com o estabelecido na Parte I da Tabela anexa à Portaria n.º 606/91, de 4 de julho.

3 — É republicado, em anexo, o texto integral da licença, tal como resulta da referida alteração.

25 de outubro de 2016. — O Presidente do Conselho de Administração, *Luis Miguel Silva Ribeiro*.

#### ANEXO

1 — A sociedade Jetcapital Aviation, S. A., com sede na Avenida D. João II, n.º 46, 7 A, 1990-095 Lisboa, é titular de uma Licença para o exercício da atividade de Transporte Aéreo, nos seguintes termos:

*a*) Quanto ao tipo de exploração: — Transporte aéreo intracomunitário e não regular Internacional de passageiros;

*b*) Quanto à área geográfica: — Estrito cumprimento das áreas geográficas estipuladas no Certificado de Operador Aéreo;

*c*) Quanto ao equipamento:

Cinco aeronaves de peso máximo à descolagem não superior a 47.000 kg e capacidade de transporte até 19 passageiros.

2 — O exercício dos direitos conferidos pela presente licença está, permanentemente, dependente da posse de um Certificado de Operador Aéreo válido.

210020893

## ENTIDADE REGULADORA DA SAÚDE

### Regulamento n.º 1058/2016

#### Preâmbulo

Nos termos do disposto no artigo 10.º do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro, diploma que estabelece o regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde, compete à Entidade Reguladora da Saúde (ERS) definir os elementos de identificação, para efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 4.º, bem como, os elementos previstos no n.º 1 do artigo 5.º, ambos do referido diploma legal.

De entre os instrumentos jurídicos descritos no artigo 17.º dos Estatutos da ERS, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 126/2014, de 22 de agosto, a opção pela aprovação de um regulamento com eficácia externa permitirá fixar limites concretos à informação contida numa mensagem ou informação publicitária, quer no que respeita aos elementos de identificação do interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada, quer no que respeita a todos os elementos considerados adequados e necessários para a sua completa compreensão por parte dos utentes, conferindo, assim, maior certeza e segurança jurídica a todos os intervenientes que desenvolvam uma prática publicitária em saúde no mercado e maior proteção dos direitos dos utentes à proteção da saúde, à segurança dos atos e serviços e à informação.

Em cumprimento do disposto no artigo 18.º dos Estatutos da ERS, o regulamento, enquanto projeto, foi submetido ao respetivo procedimento de consulta pública, por divulgação na página eletrónica da ERS, tendo os interessados disposto de um prazo de 30 dias úteis para se pronunciarem.

Nos termos do n.º 1 do artigo 47.º dos mesmos Estatutos, o projeto de regulamento foi ainda submetido a discussão e parecer do Conselho Consultivo da ERS.

O relatório final, que analisa as respostas recebidas no âmbito do procedimento de consulta regulamentar e fundamenta as opções da ERS, encontra-se publicado na página eletrónica desta Entidade.

Assim, ao abrigo do disposto na alínea *a*) do artigo 17.º dos Estatutos da ERS e no artigo 10.º do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de

outubro, o Conselho de Administração da ERS aprova o seguinte regulamento:

## CAPÍTULO I

### Disposições gerais

#### Artigo 1.º

#### Objeto e âmbito de aplicação

1 — O presente regulamento define os elementos de identificação dos intervenientes a favor de quem são efetuadas as práticas de publicidade em saúde, bem como os elementos que devem constar na mensagem ou informação publicitada, nos termos do disposto nos artigos 4.º, n.º 1, 5.º, n.º 1 e 10.º do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro.

2 — O presente regulamento é aplicável a quaisquer práticas de publicidade em saúde que sejam desenvolvidas por quaisquer intervenientes, nos termos do disposto nas alíneas *a*) e *b*) do artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro.

3 — As regras e princípios constantes do presente regulamento aplicam-se a quaisquer práticas de publicidade em saúde, independentemente do meio de difusão utilizado, nomeadamente audiovisual, oral, escrito, internet ou outro.

## CAPÍTULO II

### Dos elementos da mensagem ou informação publicitada

#### Artigo 2.º

#### Elementos de identificação do interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada

1 — De forma a garantir o direito do utente à proteção da saúde, à informação e à identificabilidade, as práticas de publicidade em saúde devem identificar de forma verdadeira, completa e inteligível o interveniente a favor de quem são efetuadas, de modo a não suscitar dúvidas sobre a natureza e idoneidade do mesmo.

2 — Para efeitos do disposto no número anterior e no artigo 4.º, n.º 1, do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro, são considerados elementos de identificação do interveniente, que devem constar obrigatoriamente em qualquer prática de publicidade em saúde, os seguintes:

*a*) Nome ou firma, e designação comercial ou social, consoante o interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada seja uma pessoa singular ou coletiva;

*b*) Número de identificação fiscal.

3 — Nos casos em que o interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada esteja sujeito a registo na ERS, são ainda considerados elementos de identificação que devem constar obrigatoriamente em qualquer publicidade em saúde, os seguintes:

*a*) Número de inscrição na ERS da entidade, pessoa singular ou coletiva, ou número do registo do estabelecimento prestador de cuidados de saúde, por aquela detido, quando este seja o objeto da publicidade;

*b*) Número da licença de funcionamento do estabelecimento prestador de cuidados de saúde objeto da publicidade, se abrangido pela obrigatoriedade legal de possuir a referida licença para a tipologia ou tipologias de atividade que desenvolve;

*c*) Morada ou localização geográfica do estabelecimento objeto da publicidade, quando a publicidade em causa for efetuada por, ou tiver como objeto, um estabelecimento prestador de cuidados de saúde;

*d*) 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.

4 — Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, sempre que o interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada esteja sujeito a registo na ERS, fica dispensado de indicar o respetivo número de identificação fiscal.

#### Artigo 3.º

#### Elementos da mensagem ou informação publicitada, adequados e necessários ao completo esclarecimento do utente

1 — A mensagem ou informação publicitada deve ser redigida e difundida de forma clara e precisa, e deve conter todos os elementos

considerados adequados e necessários ao completo esclarecimento do utente.

2 — Para efeitos do disposto no número anterior e no artigo 5.º, n.º 1, do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro, são considerados elementos adequados e necessários ao completo esclarecimento do utente, e que devem constar obrigatoriamente da mensagem ou informação publicitada, os seguintes:

a) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada tiver como objeto atos e/ou serviços prestados num estabelecimento prestador de cuidados de saúde, deve referir a morada ou localização geográfica do estabelecimento;

b) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada tiver como objeto qualquer informação sobre profissionais de saúde, devidamente identificados ou identificáveis, deverá referir o número de cédula ou carteira profissional e respetiva entidade emitente;

c) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada tiver como objeto a prestação de informação sobre convenções, acordos ou protocolos para a prestação de cuidados de saúde, deve ser feita menção à existência de eventuais restrições e/ou exceções no acesso aos cuidados de saúde ao abrigo de tais instrumentos, e deve ser indicado o local, físico ou eletrónico, onde toda a informação contratual sobre os mesmos está acessível para consulta;

d) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada referir os preços de atos e/ou serviços de saúde, deve indicar quais os atos e/ou serviços que se encontram efetivamente compreendidos nesse preço, bem como, indicar o preço total expresso em moeda com curso legal em Portugal, incluindo eventuais taxas e impostos;

e) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada utilizar expressões como «grátis», «gratuito», «sem encargos», «com desconto» ou «promoção», deve explicitar que atos e/ou serviços se encontram efetivamente compreendidos e abrangidos por tais expressões;

f) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada fizer menção ou invocar características ou elementos técnicos e/ou científicos de um ato ou serviço, deve conter informação sobre a referência ou fonte técnica e científica que comprove o seu rigor, bem como referência a normas e/ou orientações nacionais e/ou internacionais seguidas para o ato ou serviço em causa;

g) Sempre que a mensagem ou a informação publicitada se referir a atos e/ou serviços que para serem efetivamente prestados necessitem de uma avaliação prévia, de um diagnóstico individual prévio ou de uma prescrição médica prévia, de acordo com a Lei ou com as legis artis, deve conter expressamente essa menção;

h) Sempre que a mensagem ou informação publicitada tiver por objeto uma campanha com duração limitada, devem ser expressamente indicados os respetivos prazos temporais.

3 — Independentemente do meio de difusão utilizado, qualquer mensagem ou informação publicitária deve conter a referência a um contacto para a prestação de esclarecimentos aos utentes, podendo ser adotada, entre outras, a fórmula seguinte:

“Para mais informações contacte a [nome ou firma, e designação comercial ou social, consoante o interveniente seja uma pessoa singular ou coletiva], através do telefone ou telemóvel [número de contacto telefónico] ou do endereço de correio eletrónico [indicar o respetivo endereço eletrónico], ou consulte a página eletrónica [indicar a respetiva página eletrónica].”

4 — A mensagem ou informação publicitada deve ser efetuada em língua portuguesa, admitindo-se o uso de expressões noutra língua, desde que estas já sejam comumente reconhecidas e utilizadas na área da saúde.

5 — Só é permitida a utilização de línguas estrangeiras na mensagem ou informação publicitada, mesmo que em conjunto com a língua portuguesa, quando a publicidade tenha estrangeiros como destinatários exclusivos ou principais.

6 — Na mensagem ou informação publicitada, ou na sua difusão, não devem ser utilizadas marcas, designações comerciais e outros sinais distintivos que possam confundir a identidade do interveniente a favor de quem a prática de publicidade em saúde é efetuada com um concorrente direto ou indireto.

#### Artigo 4.º

##### Meios de difusão

1 — Qualquer que seja o meio utilizado para a difusão da prática de publicidade em saúde, a mensagem ou informação publicitada deve ser clara, precisa e inteligível, quer quanto aos elementos de identificação, quer quanto aos demais elementos essenciais ao completo esclarecimento dos utentes, assegurando uma interpretação adequada, de modo a que a informação transmitida seja facilmente compreendida pelo utente.

2 — A difusão da mensagem ou informação publicitada através de qualquer meio deve ser efetuada pelo tempo necessário e suficiente para permitir a sua visualização, leitura e/ou audição adequadas e inteligíveis.

3 — Na difusão escrita da mensagem ou informação publicitada, a fonte, o tamanho e o espaçamento da letra, bem como a entrelinha, devem permitir a legibilidade adequada do texto integral.

4 — Entende-se por legibilidade adequada, para efeitos do número anterior, a utilização da dimensão mínima seguinte dos caracteres:

a) Audiovisual (incluindo televisão) — 17 pontos;

b) Escrita (incluindo imprensa, internet e correio eletrónico) — 9 pontos;

c) Cartazes no interior dos estabelecimentos — 30 pontos;

d) Cartazes de exterior de média dimensão (opi/mupi e master) — 90 pontos;

e) Cartazes de exterior de grande formato (dimensões 4x3 m, 8x3 m ou 10x5m); na ampliação dos caracteres deverá ser mantida a proporção que decorre da dimensão mínima para os cartazes de exterior de média dimensão.

5 — A difusão da mensagem ou a informação publicitada através da rádio deve ser efetuada pelo tempo necessário e suficiente para permitir a sua audição adequada e inteligível.

6 — A difusão da mensagem ou a informação publicitada através da internet deve ser efetuada pelo tempo necessário e suficiente para permitir a sua legibilidade e audição adequadas e inteligíveis

## CAPÍTULO III

### Disposições finais

#### Artigo 5.º

##### Regime sancionatório

A violação do disposto no presente regulamento é sancionável nos termos do artigo 8.º do Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro.

#### Artigo 6.º

##### Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor no prazo de 30 dias após a sua publicação na 2.ª série do *Diário da República*.

9 de novembro de 2016. — O Conselho de Administração: *Professora Doutora Sofia Nogueira da Silva*, presidente — *Professor Doutor Álvaro Moreira da Silva*, vogal — *Dr. Nuno Castro Marques*, vogal.

210022318

## ORDEM DOS CONTABILISTAS CERTIFICADOS

### Aviso n.º 14741/2016

#### Notificação de despacho de acusação

Armando P. Marques, Presidente do Conselho Disciplinar da Ordem dos Contabilistas Certificados

Notifica, nos termos e para os efeitos do n.º 1 do artigo 100.º do Estatuto da Ordem dos Contabilistas Certificados, ora designado por EOCC, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 452/99, de 5 de novembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 310/09, de 26 de outubro, e pela Lei n.º 139/2015 de 07 de setembro e por aplicação subsidiária do artigo 214.º, n.º 2 da Lei n.º 35/2014, de 20 de junho, que aprova a Lei Geral do Trabalho em Funções Públicas (LGF), aplicável por força da alínea c) do n.º 1 do artigo 4.º do preâmbulo da Lei n.º 139/2015, de 07 de setembro, de que foi deduzido despacho de acusação contra membros, cujo dados infra indicamos na seguinte ordem:

Cédula Profissional — Nome do contabilista Certificado — N.º Processo Disciplinar — Data do Despacho de Acusação

15059 — Ana Paula Soares de Oliveira Lima — PD-138/11 — 2016/07/08

4570 — Fernando Domingues Gala — PDQ-845/16 — 2016/08/01  
27982 — Maria Helena Gonçalves Viana Correia — PDQ-1478/12 — 2016/06/02

35340 — José Miguel Silva Guerreiro — PDQ-1521/12 — 2016/06/02  
487 — António José de Sousa e Silva — PDQ-1731/12 — 2015/10/14  
1610 — António Stiliano de Barros Carreira — PDQ-1736/12 — 2015/10/14

2279 — Norberto José de Oliveira Guedes — PDQ-1739/12 — 2015/10/15