



**MANUAL**  
**DE BOAS**  
**PRÁTICAS**  
de PUBLICIDADE  
em  
**SAÚDE**  
PARA **MÉDICOS**  
**DENTISTAS**

# ÍNDICE

1. Introdução	3
2. Enquadramento legal e regulamentar da publicidade em saúde	4
3. Conteúdos e suportes admitidos na publicidade em medicina dentária	6
4. Situações exemplificativas de irregularidades na publicidade	8
5. O diretor clínico e a publicidade	11
6. Regime sancionatório aplicável à publicidade em saúde em medicina dentária	12
7. Conclusão	15



# 1. INTRODUÇÃO

A Ordem dos Médicos Dentistas (OMD) sempre acompanhou a evolução das necessidades e cuidados de saúde oral em Portugal. Contribui ativamente para uma medicina dentária de qualidade e no respeito pelos direitos dos doentes, regulando e defendendo no âmbito das suas competências, a atividade do médico dentista no quadro dos desafios e dificuldades do dia a dia.

A publicidade, ferramenta para que o doente possa encontrar o médico dentista, sofreu grandes alterações na última década. As redes sociais levaram a um aumento exponencial de médicos dentistas a publicitar os seus serviços.

A publicidade e marketing em saúde têm as suas particularidades. No caso da medicina dentária para além da legislação de âmbito geral relativa à publicidade (ex. Código da Publicidade), bem como na regulamentação da Entidade Reguladora da Saúde e no regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde (cfr. Decreto-Lei n.º 238/2015 de 14.10), devem ser tomadas em consideração normas específicas da nossa profissão, consagradas no Estatuto e Código Deontológico da OMD.

O Manual de Boas Práticas de Publicidade em Saúde para Médicos Dentistas (MBPS-MD) pretende ser um documento de fácil consulta, não exaustivo, mas orientador da classe sobre alguns dos deveres e obrigações em publicidade nas suas variadas formas, sem prejuízo da sua dignidade e ética profissional.

## 2. ENQUADRAMENTO LEGAL E REGULAMENTAR DA PUBLICIDADE EM SAÚDE

No exercício da sua atividade, o médico dentista deve respeitar as regras éticas e deontológicas da profissão.

Não é permitida publicidade em medicina dentária suscetível de ofender a dignidade da profissão.

A publicidade deve:

- a) Garantir o prestígio da profissão;
- b) Ser fácil de identificar;
- c) Ser leal e rigorosa, respeitando os princípios da veracidade e da objetividade, em todos os elementos utilizados;
- d) Assegurar que o público compreende com exatidão todas as informações e evitar qualquer informação errada, confusa ou capaz de sugerir interpretações que não correspondam à verdade ou que a alterem;
- e) Não criar no público qualquer confusão ou interpretação errónea quanto às suas atribuições, capacidades, competências, integridade e reputação, nem quanto às mesmas qualidades dos colegas ou outros profissionais;
- f) Não utilizar indevidamente títulos de especialidade e/ou académicos;
- g) Respeitar os princípios de independência, dignidade e honra da profissão;
- h) Guardar o sigilo profissional.

*(v. artigo 42º do Código Deontológico da OMD).*

Para saber mais:

- **Estatuto da OMD** (artigo 107º e o artigo 104º, nº10)

[aprovado pela Lei n.º 124/2015, de 2 de setembro, que procede à terceira alteração ao Estatuto da Ordem dos Médicos Dentistas, através da Lei n.º 110/91, de 29 de agosto, alterada pelas Leis n.os 82/98, de 10 de dezembro, e 44/2003, de 22 de agosto, no sentido de o adequar, à Lei n.º 2/2013, de 10 de janeiro].

- **Código Deontológico da OMD** (artigos 41º a 47º)

[Regulamento n.º 515/2019, publicado na 2ª série do Diário da República de 18 de junho].



### 3.

# CONTEÚDOS E SUPORTES ADMITIDOS NA PUBLICIDADE EM MEDICINA DENTÁRIA

- a) Todos os elementos que constam da ficha de inscrição na OMD;
- b) O uso do título profissional e do título de especialidade em língua portuguesa e sem abreviaturas, atribuídos pela OMD;
- c) O uso do título profissional do país de origem e a indicação do país onde foi obtido, quando aplicável;
- d) Qualquer morada ou sede de exercício da profissão, tal como consta na informação prestada à OMD;
- e) Cargos exercidos na OMD;
- f) Títulos académicos do médico dentista, com obrigatória indicação da instituição que os concedeu;
- g) Nas publicações especializadas, pode ser inserido o curriculum vitae académico e profissional do médico dentista;
- h) A denominação, logotipo ou outro sinal distintivo do prestador de serviços;
- i) Indicação das áreas médico-dentárias preferencialmente exercidas;
- j) Identificação dos médicos dentistas a exercer em conjunto e demais colaboradores;
- k) A menção a sistemas de seguros, planos e convenções ou ainda sistemas ou subsistemas de saúde;
- l) O horário de atendimento ao público;
- m) Idiomas utilizados;
- n) Todos os elementos de comunicação disponíveis incluindo telefone, telefax e correio eletrónico;
- o) Indicação de sítio na Internet.

*(v. artigo 43.º do Código Deontológico da OMD).*

São designadamente admissíveis para a publicidade em saúde, os seguintes suportes:

- a) Colocação, no exterior da clínica ou consultório, de uma placa ou tabuleta identificativa;
- b) Utilização de cartões de apresentação;
- c) Colocação de anúncio em listas telefónicas, de telefax ou análogas;
- d) Publicações profissionais;
- e) Promoção ou intervenção em conferências e colóquios;
- f) Publicação de brochuras ou de escritos;
- g) Artigos periódicos sobre temas médico-dentários em imprensa especializada ou não especializada;
- i) Criação de um sítio na Internet e /ou utilização das respetivas redes sociais.

*(v. artigo 44.º do Código Deontológico da OMD).*





## 4.

# SITUAÇÕES EXEMPLIFICATIVAS DE IRREGULARIDADES NA PUBLICIDADE

### **a) Divulgação de tratamentos, orçamentos e/ou check-ups gratuitos**

O Estatuto da OMD estabelece que à realização pelo prestador do ato médico-dentário corresponde uma contraprestação pecuniária do destinatário dos serviços.

O Código Deontológico estabelece que na publicidade é proibida a oferta de um serviço médico-dentário sem custos.

*(v. artigo 104.º, n.º 10 do Estatuto da OMD e artigo 43.º, n.º 3, alínea c) do Código Deontológico da OMD).*

### **b) Oferta de serviços médico-dentários por tempo limitado**

O Código Deontológico proíbe a publicidade a oferta de um serviço por tempo excessivamente limitado.

Dependendo do circunstancialismo do caso concreto, poderá induzir em erro, pois um tratamento dentário não será mais fiável, duradouro ou tecnicamente melhor executado por ter sido “adjudicado” num período de tempo específico e pode levar à indução de tratamentos desnecessários ou fúteis devido às tomadas de decisões sem o devido tempo de análise por parte do doente.

*(v. artigo 104.º, n.º 10 do Estatuto da OMD e artigo 43.º, n.º 3, alínea c) do Código Deontológico da OMD).*

### **c) Menção a especialistas ou especialidades em medicina dentária não atribuídas pela Ordem dos Médicos Dentistas**

Compete exclusivamente à OMD promover a criação de especialidades e conferir os respetivos títulos.

A utilização do termo “especialista” só é legal quando em presença de especialidades oficiais da OMD, efetivamente criadas de acordo com a tramitação legal.

Por conseguinte, o médico dentista só pode identificar-se como especialista quando a OMD lhe haja atribuído o título em procedimento próprio.

Os termos a utilizar devem ser especialista em Cirurgia Oral, em Periodontologia, em Ortodontia e em Odontopediatria. Termos como “ortodontista”, “odontopediatra”, “periodontologista”, e similares, quando utilizados por médicos dentistas não especialistas, poderá suscitar no contexto do anúncio/divulgação em concreto, uma interpretação no público-alvo equivalente.

A este respeito sugerimos a consulta da Recomendação n.º1/2022, com o título “Uso de título de médico dentista especialista” aprovada pelo Conselho Deontológico e de Disciplina e que poderá ser consultada no portal electrónico da OMD, na área dedicada à Deontologia.

Das especialidades previstas nos Estatutos da OMD (cfr. elenco constante do artigo 37.º, n.º1 do Estatuto da OMD), atualmente estão implementadas:

- Ortodontia
- Odontopediatria
- Cirurgia Oral
- Periodontologia

Por conseguinte, atualmente existem médicos dentistas especialistas com título atribuído pela OMD apenas nas especialidades de Ortodontia, Odontopediatria, Cirurgia Oral e Periodontologia.

Poderá acompanhar a informação sobre as especialidades e os respetivos colégios nos meios de comunicação institucional da OMD, designadamente no portal eletrónico em <https://www.omb.pt/especialidades/>

*[v. alínea e), do n.º 2, do artigo 9.º e no artigo 37.º, n.º 1 ambos do Estatuto da OMD e artigo 43.º, n.º 2 do Código Deontológico da OMD].*

#### **d) Recurso a expressões de autoengrandecimento, promessas ou garantias de resultados**

Expressões como “a melhor clínica do país”, “o melhor equipamento”, ou “o número 1 da cidade”, ou similar, constitui conteúdo de autoengrandecimento, o que está vedado pelo Código Deontológico.

A alusão a qualquer tipo de garantias de resultados médicos com recurso a expressões do tipo “garantimos total satisfação”, “garantia de um sorriso para toda a vida”, também não é permitido pelo Código Deontológico.

*[v. artigo 43.º, n.º 3, alínea b), do Código Deontológico da OMD].*

#### **e) Realização de rastreios com vista a promover o local de trabalho, estabelecimento, clínica privada, ou prestador de serviços de medicina dentária**

O Código Deontológico refere que o médico dentista pode organizar atividades de rastreio epidemiológico, ou ações de promoção de saúde oral na área da medicina dentária, desde que tenha como finalidade exclusiva e determinante a promoção da saúde pública oral e a prevenção da doença.

No rastreio epidemiológico e/ou nas ações de promoção de saúde oral, o médico dentista não deverá divulgar o seu local de trabalho.

*[v. artigo 46º do Código Deontológico da OMD].*

## 5. O DIRETOR CLÍNICO E A PUBLICIDADE

Todas as clínicas e consultório de medicina dentária deverão ter uma direção clínica, que deverá obrigatoriamente ser exercida por médico dentista ou médico com a especialidade de estomatologia, com inscrição ativa no respetivo colégio da especialidade da Ordem dos Médicos.

O diretor clínico é técnica e deontologicamente responsável pelo espaço que dirige, deve inteirar-se ativamente do tipo e conteúdo de publicidade emitida, sejam detentores ou não do estabelecimento ou unidade de saúde em causa. Deve assegurar-se empenhadamente para que a publicidade desenvolvida por aqueles não viole as regras do Código Deontológico da OMD, do Estatuto e demais regulamentação aplicável.

*(v. artigo 29.º, n.º 2, alínea d) do Código Deontológico da OMD).*



## 6. REGIME SANÇIONATÓRIO APLICÁVEL À PUBLICIDADE EM SAÚDE

### **A) Conselho Deontológico e de Disciplina da OMD:**

Os membros da OMD estão sujeitos ao poder disciplinar do Conselho Deontológico e de disciplina da OMD.

Considera-se infração disciplinar toda a ação ou omissão que consista em violação por qualquer membro da OMD, dos deveres previstos no presente Estatuto e nos respetivos regulamentos.

A responsabilidade disciplinar perante a OMD coexiste com qualquer outra prevista por lei.

*(v. artigos 71.º, 72.º e 73º do Estatuto da OMD).*

### **Infração disciplinar e sanções disciplinares:**

A infração disciplinar verifica-se quando o arguido viola os deveres profissionais a que está adstrito no exercício da medicina dentária, afetando com a sua conduta, a dignidade e o prestígio profissional e pode ser classificada como leve, grave ou muito grave.

A violação das regras aplicáveis à medicina dentária em matéria de publicidade, pode originar a prática de uma infração disciplinar a consequente aplicação de sanção disciplinar pelo Conselho Deontológico e de Disciplina da OMD.

Poderão ser aplicadas as seguintes **sanções disciplinares principais:**

**Advertência** – aplicada ao membro que cometa infração com culpa leve, de que não tenha resultado prejuízo grave para terceiro, nem para a OMD.

**Censura** – aplicada ao membro que cometa infração com culpa leve no exercício da profissão e a qual, em razão da culpa do arguido, não caiba em mera advertência.

**Multa** – aplicada ao membro que cometa infração com culpa grave. O valor da multa pode variar entre 3 e 60 vezes o valor anual das quotas à data da decisão de aplicação de sanção, devendo ser paga no prazo máximo de 15 dias.

**Suspensão** – aplicada ao membro que cometa infração disciplinar grave que afete gravemente a dignidade e prestígio da profissão, lese direitos ou interesses relevantes de terceiros. A suspensão pode atingir até ao máximo de cinco anos.

**Expulsão** – é aplicável quando, tendo em conta a natureza da profissão, a infração disciplinar tenha posto em causa a vida, a integridade física das pessoas, ou seja, gravemente lesiva da saúde pública, da honra ou do patrimônio alheios ou de valores equivalentes, sem prejuízo do direito à reabilitação nos termos do regulamento disciplinar.

*[v. artigo 83.º do Estatuto da OMD].*

Cumulativamente com as sanções principais, poderão ainda ser aplicadas as seguintes **sanções acessórias**:

- Frequência obrigatória de formação em matéria na qual se tenha verificado infração;
- Obrigação de publicitar a sanção principal e ou acessória;
- Impedimento à participação nas atividades da OMD e à eleição para os respetivos órgãos;

As sanções acessórias podem também ser cumuladas entre si.

*(v. artigo 85.º do Estatuto da OMD).*

## **B) Entidade Reguladora da Saúde:**

Em matéria de publicidade em saúde, o médico dentista deve atender, também, ao **regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde** (*Decreto-Lei n.º 238/2015 de 14.10*), complementado pelo **Regulamento da Entidade Reguladora da Saúde (ERS) nº 1058/2016**, publicado na II série do Diário da República em 24 de novembro e **Recomendação n.º 1/2014** da ERS.

*(v. artigo 107.º, n.º 3 do Estatuto da OMD).*

O elenco das práticas proibidas de publicidade em saúde (em geral) constam do artigo 7.º do **regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde**, onde, entre outras situações, se estabelece que são proibidas as práticas de publicidade em saúde que, por qualquer razão, induzam ou sejam suscetíveis de induzir em erro o utente quanto à decisão a adotar.

O incumprimento do regime jurídico a que devem obedecer as práticas de publicidade em saúde, cuja competência de fiscalização está atribuído à Entidade Reguladora da (ERS), pode dar origem a um processo de contraordenação e a consequente aplicação de coima.

# 7. CONCLUSÃO

O Manual de Boas Práticas na Publicidade em Saúde para Médicos Dentistas (MBPS-MD) pretende:

- Esclarecer todos os colegas acerca dos principais deveres e obrigações do médico dentista e do diretor clínico aquando da realização de um anúncio publicitário.
- Integrar os objetivos da publicidade numa ótica de dignificação da profissão, sem desprestígio do médico dentista, da medicina dentária e da Ordem dos Médicos Dentistas.
- Capacitar o médico dentista que esteja integrado numa clínica dentária ou num grande grupo, como prestador de serviços ou mesmo como diretor clínico, a criar anúncios publicitários que promovam a saúde oral dos portugueses, atuando como veículo de informação e motivação.

**Nota: a informação constante deste documento, não dispensa o acompanhamento e a consulta integral de toda a legislação e regulamentação em vigor, designadamente no que diz respeito à matéria de publicidade em saúde.**





### **GRUPO DE TRABALHO PUBLICIDADE DA OMD:**

Coordenador - Ricardo Falcão de Almeida - CP 5014  
Conselho Deontológico e de Disciplina

Álvaro Benzinho - CP 556  
Conselho Deontológico e de Disciplina

Catarina Cortez - CP 4059  
Conselho Diretivo e do Centro de Formação Contínua

António Andrade e Silva - CP 204  
Conselho Geral

Carlos Varajão Borges - CP 1157  
Conselho Geral

Daniel Bulas Cruz - Assessor Jurídico  
Departamento Jurídico



**MANUAL**  
**DE BOAS**  
**PRÁTICAS**  
de PUBLICIDADE  
em  
**SAÚDE**  
PARA **MÉDICOS**  
**DENTISTAS**

Av. Dr. Antunes Guimarães, 463  
4100-080 Porto, Portugal  
Telefone: +351 226 197 690  
Fax: + 351 226 197 699  
E-mail: geral@omd.pt

**[www.omd.pt](http://www.omd.pt)**

