



NOTA INFORMATIVA n.º 1/2026

06 DE MARÇO DE 2026

**OBSERVATÓRIO DA PUBLICIDADE EM SAÚDE
(OPS)**



I. Contextualização

Na última década, assistimos a uma transformação profunda na forma como as matérias relacionadas com a saúde são comunicadas. Efetivamente, verificou-se um crescimento significativo da publicidade em saúde, em particular nos meios digitais e nas plataformas online, com novos modelos de comunicação, novos intervenientes e uma capacidade de difusão muito alargada.

Esta evolução trouxe oportunidades importantes, contudo, trouxe também novos riscos. Isto porque, quando se fala de «publicidade em saúde» não estão somente em causa escolhas comerciais, mas decisões que podem influenciar diretamente a saúde, a segurança e o bem-estar das pessoas.

Simultaneamente, na última década, registou-se um aumento do número de denúncias e participações recebidas pela ERS relativamente a más práticas de publicidade em saúde. Estes dados refletem não apenas uma maior exposição dos cidadãos a mensagens publicitárias relacionadas com a saúde, como também uma maior exigência social quanto ao rigor e veracidade dessas mensagens.

II. Criação do Observatório da Publicidade em Saúde

Perante este contexto, tornou-se evidente que a publicidade em saúde teria de ser uma área prioritária da intervenção regulatória no setor da saúde. No entanto, a resposta não poderia assentar apenas numa lógica reativa ou exclusivamente sancionatória, imposta pelo regime jurídico aplicável às práticas de publicidade em saúde. É necessária também uma abordagem preventiva, estruturada e articulada, assente na monitorização do mercado, na análise contínua das práticas publicitárias e na cooperação institucional.

É precisamente neste quadro que a ERS tomou a decisão de criar o Observatório da Publicidade em Saúde (OPS).

O Observatório da Publicidade em Saúde (doravante, OPS) representa uma evolução natural da atuação da ERS, reforçando a sua capacidade de antecipação e de reflexão estratégica, sem alterar o quadro legal nem as competências que lhe estão atribuídas. Surge como uma estrutura dedicada à monitorização, análise e compreensão das práticas publicitárias em saúde, fomentando uma intervenção regulatória mais informada, mais estratégica e mais eficaz. O OPS não substitui o modelo sancionatório atualmente em vigor, mas complementa-o, acrescentando conhecimento, capacidade analítica e visão estratégica à atuação da ERS.

III. Pilares do Observatório da Publicidade em Saúde

O OPS assenta nos seguintes pilares:

- a. Prevenção – identificação de riscos suscetíveis de causar impacto negativo nos utentes/consumidores e no setor da saúde, e subsequente atuação sobre os mesmos, com cariz preventivo, evitando a sua concretização e, por conseguinte, a ocorrência de ilícitos contraordenacionais;
- b. Proteção dos consumidores – ao monitorizar e regular a publicidade, a atividade do OPS é suscetível de proteger os consumidores contra práticas enganosas ou potencialmente prejudiciais, assegurando que a publicidade não induza em erro ou promova serviços de saúde desnecessários;
- c. Promoção de boas práticas – o OPS fomenta as boas práticas publicitárias junto dos prestadores de cuidados de saúde, incentivando a conformidade com as normas legais estabelecidas;

- d. Educação e literacia – o OPS também desempenha um papel pedagógico, informando tanto os profissionais de saúde quanto o público em geral sobre as normas e regulamentos aplicáveis à publicidade em saúde;
- e. Cooperação institucional – a complexidade da matéria exige uma abordagem multidisciplinar e colaborativa, que está prevista na sua atuação.

IV. Objetivos do Observatório da Publicidade em Saúde

Com base nos referidos pilares, o OPS prossegue objetivos muito concretos, designadamente:

- a. Monitorizar e analisar a publicidade em saúde, identificando tendências, áreas críticas e riscos;
- b. Reforçar a conformidade das práticas publicitárias com o enquadramento legal e regulatório;
- c. Promover a transparência e a qualidade da informação em saúde disponibilizada aos cidadãos;
- d. Desenvolver e aplicar conhecimentos técnicos sobre a temática;
- e. E contribuir para uma abordagem mais preventiva e eficaz da regulação.

V. Conselho Estratégico do Observatório da Publicidade em Saúde

Neste contexto, e tendo em consideração que nenhuma entidade, isoladamente, detém todo o conhecimento necessário para acompanhar um fenómeno tão complexo como o da publicidade, a ERS decidiu constituir um conselho estratégico para contribuir para o desenvolvimento do OPS, tendo

convidado, para o efeito, entidades que representam diferentes dimensões do setor da saúde, bem como do marketing e comunicação, numa lógica de coerência e cooperação institucional. Concretamente, para o Conselho Estratégico do OPS, a ERS convidou outras Reguladoras, Instituições académicas, que garantem o rigor científico, Ordens e associações profissionais, que promovem padrões éticos, e Entidades de defesa dos consumidores, que asseguram a proteção dos cidadãos.

O Conselho Estratégico consiste, portanto, numa estrutura consultiva, baseada na cooperação institucional, com o objetivo de reforçar uma abordagem plural, dialogante e tecnicamente informada sobre a publicidade em saúde, estimulando uma reflexão conjunta sobre as possíveis formas de intervenção para monitorizar e regular preventivamente as práticas de publicidade em saúde.

No dia 24 de fevereiro de 2026, realizou-se, nas instalações da ERS, a primeira reunião do Conselho Estratégico do OPS. A reunião contou com a presença do Conselho de Administração da ERS e com a participação das Entidades convidadas para o projeto.

O objetivo da reunião foi proceder à apresentação do OPS – pilares e objetivos, bem como dar início aos trabalhos do respetivo Conselho Estratégico, abrindo, assim, um espaço de diálogo, de reflexão estratégica, colaboração e de construção conjunta.

VI. Página online do Observatório da Publicidade em Saúde

A ERS lançou também a página *online* do OPS ([acessível aqui](#)). Um espaço digital que reúne, desde logo, conteúdos já produzidos pela ERS na temática da publicidade em saúde, e que se pretende que constitua, no futuro, um recurso importante do OPS, prevendo-se que funcione como o principal ponto de acesso à atividade do Observatório.



© Entidade Reguladora da Saúde, Porto, Portugal, 2026

A reprodução de partes do conteúdo deste documento é autorizada, exceto para fins comerciais, desde que mencionando a ERS como autora, o título do documento, o ano de publicação e a referência “Porto, Portugal”.

Na execução deste documento foi atendida a privacidade dos titulares de dados pessoais. O tratamento destes dados cumpriu as normas relativas à sua proteção, nomeadamente as constantes do Regulamento Geral de Proteção de dados (RGPD).



Rua S. João de Brito, 621 L32
4100-455 PORTO - Portugal
T +351 222 092 350
geral@ers.pt
www.ers.pt

