

## Projeto de Lei n.º 919/XIV/2.ª (BE)

**Estabelece limites à publicidade dos jogos e apostas (16.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto Lei n.º 330/90, de 23 de outubro)**

Data de admissão: 30 de julho de 2021

Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação (6.ª)

## Índice

### I. Análise da iniciativa

### II. Enquadramento parlamentar

### III. Apreciação dos requisitos formais

### IV. Análise de direito comparado

### V. Consultas e contributos

### VI. Avaliação prévia de impacto

### VII. Enquadramento bibliográfico

**Elaborado por:** Luís Marques, Ana Montanha (DAC), Patrícia Pires (DAPLEN),

pela Cristina Ferreira e Filipa Paixão (DILP) e Helena Medeiros (BIB)

**Data:** 23 de setembro de 2021



## I. Análise da iniciativa

---

- **A iniciativa**

A iniciativa em análise visa estabelecer limites à publicidade dos jogos e apostas, através de alteração ao [artigo 21.º](#) do [Código da Publicidade](#) <sup>1</sup>.

Atendendo à respetiva exposição de motivos, os autores propõem restrições à publicidade, promoção e patrocínio de jogos *online*, com vista a contrariar o seu crescimento, que aumentou significativamente durante a pandemia, atingindo valores recorde de faturação e produzindo efeitos sociais adversos.

De acordo com os proponentes, esta realidade acarreta consigo diversas consequências nefastas, designadamente através do seu impacto no aumento do jogo abusivo e patológico e na redução do rendimento disponível dos jogadores, afetando com maior incidência as camadas da população mais vulneráveis.

Este comportamento foi acompanhado por um significativo acréscimo do número de jogadores, sendo que 63,6% dos novos jogadores apresentam-se na faixa etária inferior a 35 anos, o que comprova uma maior incidência nas camadas mais jovens.

O projeto de lei em apreço introduz alterações ao Código de Publicidade, nomeadamente com a proibição de publicidade a lotarias instantâneas, e a proibição de emissão de publicidade a jogos e apostas, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos.

Confere, ainda, um reforço da proibição de publicidade a marca ou marcas de lotarias instantâneas nos locais de realização de quaisquer eventos em que participem menores.

---

<sup>1</sup> Aprovado em anexo ao [Decreto-Lei n.º 330/90](#), de 23 de outubro.  
Projeto de Lei n.º 919/XIV/2.ª (BE)

Para efeitos de comparação entre o regime vigente e as alterações propostas pela iniciativa legislativa em análise, disponibiliza-se o seguinte quadro comparativo (Anexo 1).

- **Enquadramento jurídico nacional**

O [n.º 1 do artigo 60.º](#) da [Constituição da República Portuguesa](#)<sup>2</sup> (Constituição) dispõe que «os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à proteção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos.» O n.º 2 deste artigo ao proibir «todas as formas de publicidade oculta, indireta ou dolosa» estabelece a articulação entre os direitos do consumidor e a publicidade. Segundo J.J. Gomes Canotilho e Vital Moreira<sup>3</sup>, «sendo a publicidade um meio potente de promover o consumo e influenciar o consumidor, compreende-se que a Constituição tenha privilegiado o seu tratamento» e que «esta imbricação entre publicidade e direitos do consumidor pode justificar restrições à publicidade quanto a certos destinatários (publicidade para menores) ou no seu objeto (restrição ou proibição de bebidas alcoólicas, tabaco, medicamentos, jogos de fortuna ou de azar) e à sua quantidade (limitação dos espaços publicitários na rádio e na televisão)».

A Lei de Defesa do Consumidor, aprovada pela [Lei n.º 24/96](#)<sup>4</sup>, de 31 de julho, veio a consagrar explicitamente o direito do consumidor à proteção da saúde na [alínea b\) do artigo 3.º](#). O [artigo 5.º](#) densificou este direito, encontrando-se o Estado incumbido do dever geral de proteção do consumidor, nos termos do [artigo 1.º](#).

A atual redação do [artigo 21.º](#) do [Código da Publicidade](#), que diz respeito à publicidade dos jogos e apostas, resulta da alteração ocorrida em 2015, pelo [artigo 3.º](#) do [Decreto-](#)

---

<sup>2</sup> Todas as referências à Constituição são feitas para o portal da [Assembleia da República](#), salvo indicação em contrário.

<sup>3</sup> CANOTILHO, J.J. Gomes; MOREIRA, Vital - **Constituição da República Portuguesa Anotada**, 4ª edição revista. Coimbra: Coimbra Editora, 2007, Vol. I, ISBN 978-972-32-1462-8, pág. 783.

<sup>4</sup> Diploma retirado do sítio na *Internet* do [Diário da República Eletrónico](#) (DRE). Todas as referências legislativas são feitas para o portal oficial do Diário da República Eletrónico, salvo indicação em contrário. [Trabalhos preparatórios.](#)

[Lei n.º 66/2015](#),<sup>5</sup> de 29 de abril, que aprovou, no seu [Anexo I](#), o [Regime Jurídico dos Jogos e Apostas Online](#) (RJO)<sup>6</sup>.

O RJO constitui a mais recente intervenção legislativa em matéria de jogos de fortuna ou azar.

Originariamente, a tradição portuguesa era a da proibição do jogo. O [Código Civil de 1867](#) dispunha que o contrato do jogo não era permitido como meio de aquisição e o [Código Penal de 1886](#) criminalizava a atividade de exploração de jogo, a profissão de jogador e o jogo ocasional. Esta situação veio a ser alterada pelo [Decreto n.º 14.643](#), de 3 de dezembro de 1927, que reconheceu que «o jogo era um facto contra o qual nada podiam as disposições repressivas» e passou a definir as condições em que o jogo se podia desenvolver e quem o podia praticar. Foram criadas zonas de jogo, que pretendiam assegurar as condições necessárias à respetiva prática em ambiente controlado, com garantias de idoneidade e reduzindo ou anulando o interesse pelo jogo clandestino e ilícito. O jogo passou assim de uma atividade proibida e não regulada para uma regulamentação onde se reconheceu que o direito de explorar jogos de fortuna ou azar estava reservado ao Estado. Em 1989 foi aprovada uma nova lei do jogo através do [Decreto-Lei n.º 422/89](#), de 2 de dezembro, o qual procedeu à sistematização da regulação na matéria e, na sequência das sucessivas alterações de que foi objeto, ao controlo da difusão e da prática desregulada do fenómeno.

A evolução tecnológica dos sistemas e dos equipamentos de jogo trouxe uma nova realidade não abrangida pelo quadro normativo regulador dos jogos de fortuna ou azar que se revelava incapaz de dar resposta à dimensão do jogo on-line, fator que esteve na origem da aprovação do Decreto-Lei n.º 66/2015, de 29 de abril.

Segundo se lê no preâmbulo do diploma «as soluções jurídicas e os princípios plasmados no RJO (...) visam garantir a proteção dos menores e das pessoas mais vulneráveis, evitar a fraude e o branqueamento de capitais, prevenir comportamentos criminosos em matéria de jogo on-line e salvaguardar a integridade do desporto, prevenindo e combatendo a viciação de aposta e de resultados.» As funções de controlo, inspeção e regulação da exploração e da prática do jogo e das apostas on-line

<sup>5</sup> (aqui na versão consolidada) aprovada no uso da autorização legislativa pela [Lei n.º 73/2014](#), de 2 de setembro, que teve origem na [Proposta de Lei n.º 238/XII](#).

<sup>6</sup> (versão consolidada).

foram cometidas ao [Instituto do Turismo de Portugal, I.P.](#)<sup>7</sup> através da Comissão de Jogos e ao seu Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos ([artigo 40.º](#) do [Código da Publicidade](#), na redação dada pela [Lei n.º 30/2019](#)<sup>8</sup>, de 22 de junho). No sítio do [Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos](#) (SRIJ)<sup>9</sup> pode encontrar-se toda a regulamentação relativa aos jogos e apostas *online*.

A alteração efetuada em 2015 ao [artigo 21.º](#) do [Código da Publicidade](#) foi a primeira ocorrida desde 1990, ou seja, desde a aprovação do Código, pelo que se transcrevem ambas as versões do artigo (Anexo 2):

<a href="#">Versão original (de 1990)</a>	<a href="#">Versão atual (de 2015)</a>
<p>Artigo 21.º</p> <p>Jogos de fortuna ou azar</p> <p>1 - Não podem ser objeto de publicidade os jogos de fortuna ou azar enquanto objeto essencial da mensagem.</p> <p>2 - Excetua-se do disposto no número anterior os jogos promovidos pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa.</p>	<p>Artigo 21.º</p> <p>Jogos e apostas</p> <p>1 - A publicidade de jogos e apostas deve ser efetuada de forma socialmente responsável, respeitando, nomeadamente, a proteção dos menores, bem como de outros grupos vulneráveis e de risco, privilegiando o aspeto lúdico da atividade dos jogos e apostas e não menosprezando os não jogadores, não apelando a aspetos que se prendam com a obtenção fácil de um ganho, não sugerindo sucesso, êxito social ou especiais aptidões por efeito do jogo, nem encorajando práticas excessivas de jogo ou aposta.</p> <p>2 - É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas que se dirija ou que utilize menores enquanto intervenientes na mensagem.</p> <p>3 - É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas no interior de escolas ou outras infraestruturas destinadas à</p>

<sup>7</sup> <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>

<sup>8</sup> [Trabalhos preparatórios.](#)

<sup>9</sup> <https://www.srij.turismodeportugal.pt/pt/>

	<p>frequência de menores.</p> <p>4 - É ainda expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas a menos de 250 metros on-line reta de escolas ou outras infraestruturas destinadas à frequência de menores.</p> <p>5 - Nos locais onde decorram eventos destinados a menores ou nos quais estes participem enquanto intervenientes principais, bem como nas comunicações comerciais e na publicidade desses eventos, não devem existir menções, explícitas ou implícitas, a jogos e apostas.</p> <p>6 - As concessionárias e ou as entidades exploradoras de jogos e apostas não podem ser associadas a qualquer referência ou menção publicitária à concessão de empréstimos.</p> <p>7 - O disposto no n.º 4 não se aplica aos jogos sociais do Estado.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Relacionada com a matéria em apreço na presente iniciativa importa referir que, recentemente, a [Lei n.º 7/2020](#),<sup>10</sup> de 10 de abril<sup>11</sup>, que estabelece regimes excecionais e temporários de resposta à epidemia SARS-Cov-2, atendendo «ao acesso ilimitado e descontrolado aos canais de jogo *online*, espoletado pelo confinamento imposto aos portugueses, (...) com agravamento de consequências emocionais e financeiras»<sup>12</sup> veio determinar, na [alínea b\) do artigo 1.º](#), a limitação de acesso, parcial ou total, de acesso a plataformas de jogos de azar *online*, até ao término do período relativo ao estado de emergência<sup>13</sup>, com vista à proteção dos consumidores, em especial os mais vulneráveis, como menores, jovens adultos ou pessoas com adição ao jogo ([artigo 3.º](#)).

<sup>10</sup> [Trabalhos preparatórios](#).

<sup>11</sup> (versão consolidada)

<sup>12</sup> Exposição de motivos do [PJL n.º 326/XIV/1.ª \(PAN\)](#), que lhe deu origem.

<sup>13</sup> O estado de emergência foi decretado pelo [Decreto do PR n.º 14-A/2020](#), de 18 de março e renovado pelos [Decretos do PR n.º 17-A/2020](#), de 2 de abril, e [n.º 20-A/2020](#), de 17 de abril. Teve início às 00:00 horas de 19 de março de 2020 e terminou às 23:59 horas de 2 de maio de 2020.

O [Código de Conduta da Autorregulação Publicitária em Matéria de Publicidade e outras formas de comunicação comercial](#)<sup>14</sup> contém disposições atinentes à publicidade e outras formas de comunicação comercial através dos meios interativos e/ou digitais assim como para a publicidade comportamental *online* ou OBA (*online behavioural advertising*). Ainda no âmbito da autorregulação publicitária, o [Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial](#) (ICAP)<sup>15</sup> editou também um [Guia de Boas Práticas de Comunicação de Marketing Digital e Publicidade Comportamental Online](#)<sup>16</sup>.

Refira-se, também, que a [Associação Nacional dos Apostadores Online](#) (ANAon)<sup>17</sup> tem como uma das suas missões e objetivos o alertar para o problema do jogo compulsivo.

No sítio da *Internet* do [Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências](#) (SICAD)<sup>18</sup> podem ser consultadas as [linhas de orientação técnica para a intervenção em comportamentos aditivos e dependências sem substância relativas à perturbação do jogo](#),<sup>19</sup> assim como o [Inquérito Nacional ao Consumo de substâncias Psicoativas na População Geral 2016/17](#),<sup>20</sup> referido na exposição de motivos da iniciativa em apreço.

## II. Enquadramento parlamentar

- **Iniciativas pendentes (iniciativas legislativas e petições)**

<sup>14</sup> [https://auto-regulacaopublicitaria.pt/wp-content/uploads/2018/01/Cod.-Conduta\\_ARP.pdf](https://auto-regulacaopublicitaria.pt/wp-content/uploads/2018/01/Cod.-Conduta_ARP.pdf)

<sup>15</sup> <https://auto-regulacaopublicitaria.pt/>

<sup>16</sup> [https://auto-regulacaopublicitaria.pt/wp-content/uploads/2017/07/GUIA\\_VERSAO\\_FINAL.pdf](https://auto-regulacaopublicitaria.pt/wp-content/uploads/2017/07/GUIA_VERSAO_FINAL.pdf)

<sup>17</sup> <http://www.anao.pt/quem-somos/>

<sup>18</sup> <http://www.sicad.pt/pt/Paginas/default.aspx>

<sup>19</sup>

[http://www.sicad.pt/PT/Intervencao/DocumentosTecnicoNormativos/Paginas/detalhe.aspx?itemId=32&lista=SICAD\\_DOCUMENTOSNORMATIVOS&bkUrl=BK/Intervencao/DocumentosTecnicoNormativos/](http://www.sicad.pt/PT/Intervencao/DocumentosTecnicoNormativos/Paginas/detalhe.aspx?itemId=32&lista=SICAD_DOCUMENTOSNORMATIVOS&bkUrl=BK/Intervencao/DocumentosTecnicoNormativos/)

<sup>20</sup>

[http://www.sicad.pt/PT/EstatisticaInvestigacao/EstudosConcluidos/Paginas/detalhe.aspx?itemId=181&lista=SICAD\\_ESTUDOS&bkUrl=/BK/EstatisticaInvestigacao/EstudosConcluidos](http://www.sicad.pt/PT/EstatisticaInvestigacao/EstudosConcluidos/Paginas/detalhe.aspx?itemId=181&lista=SICAD_ESTUDOS&bkUrl=/BK/EstatisticaInvestigacao/EstudosConcluidos)

Efetuada uma pesquisa à base de dados da atividade parlamentar (AP), constatou-se que se encontram pendentes, para apreciação e votação na generalidade, as seguintes iniciativas sobre matéria idêntica ou conexa:

- [Projeto de Lei n.º 343/XIV/1ª \(PCP\)](#) - Estabelece restrições à publicidade nos jogos e apostas (15.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro).

- [Projeto de Lei n.º 480/XIV/1.ª \(CDS-PP\)](#) - Combate ao jogo ilegal (7.ª alteração ao Decreto-Lei n.º 66/2015 de 29 de abril, que aprova o regime jurídico dos jogos e apostas online).

- **Antecedentes parlamentares (iniciativas legislativas e petições)**

Na presente Legislatura foi apresentada, e aprovada, a seguinte iniciativa legislativa sobre matéria idêntica ou conexa:

- [Projeto de Lei n.º 326/XIV/1ª \(PCP\)](#) - Determina limitações de acesso às plataformas de jogo *online*. Este Projeto de Lei esteve na origem da [Lei n.º 7/2020, de 10 de abril](#), (estabelece regimes excecionais e temporários de resposta à epidemia SARS-CoV-2, e procede à primeira alteração ao Decreto-Lei n.º 10-I/2020, de 26 de março, e à quarta alteração à Lei n.º 27/2007, de 30 de julho”).

Não se encontraram petições anteriores sobre a matéria ora em causa.

### III. **Apreciação dos requisitos formais**

---

- **Conformidade com os requisitos constitucionais, regimentais e formais**

A iniciativa em apreciação é apresentada pelo Grupo Parlamentar do Bloco de Esquerda (BE), ao abrigo e nos termos do n.º 1 do artigo 167.º da [Constituição](#) e do n.º 1 do artigo

119.º do [Regimento da Assembleia da República](#)<sup>21</sup> (Regimento), que consagram o poder de iniciativa da lei. Trata-se de um poder dos Deputados, por força do disposto na alínea *b*) do artigo 156.º da Constituição e *b*) do n.º 1 do artigo 4.º do Regimento, bem como dos grupos parlamentares, por força do disposto na alínea *g*) do n.º 2 do artigo 180.º da Constituição e da alínea *f*) do artigo 8.º do Regimento.

A iniciativa assume a forma de projeto de lei, em conformidade com o disposto no n.º 2 do artigo 119.º do Regimento. Encontra-se redigida sob a forma de artigos, tem uma designação que traduz sinteticamente o seu objeto principal e é precedida de uma breve exposição de motivos, cumprindo os requisitos formais previstos no n.º 1 do artigo 124.º do Regimento.

São também respeitados os limites à admissão da iniciativa estabelecidos no n.º 1 do artigo 120.º do Regimento, uma vez que parece não infringir a Constituição ou os princípios nela consignados - com a exceção que se refere de seguida - e define concretamente o sentido das modificações a introduzir na ordem legislativa.

O projeto de lei em apreciação deu entrada a 29 de julho de 2021, data em que foi admitido e baixou na generalidade à Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação (6.ª), por despacho do Sr. Presidente da Assembleia da República, tendo sido anunciado na sessão plenária do dia 9 de setembro.

- **Verificação do cumprimento da lei formulário**

A [lei formulário](#)<sup>22</sup> contém um conjunto de normas sobre a publicação, identificação e formulário dos diplomas que são relevantes em caso de aprovação da presente iniciativa.

O título da presente iniciativa legislativa - “Estabelece limites à publicidade dos jogos e apostas (16.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto Lei n.º 330/90,

---

<sup>21</sup> As ligações para a Constituição e para o Regimento são feitas para o portal oficial da Assembleia da República.

<sup>22</sup> Lei n.º 74/98, de 11 de novembro, alterada e republicada pela Lei n.º 43/2014, de 11 de julho.

de 23 de outubro)” - traduz o seu objeto, mostrando-se conforme ao disposto no n.º 2 do artigo 7.º da lei formulário.

Todavia, uma vez que, em caso de aprovação, o título poderá ser objeto de aperfeiçoamento formal, em sede de apreciação na especialidade ou em redação final, sugere-se a seguinte alteração: **“Limita a publicidade a jogos e apostas, alterando o Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto Lei n.º 330/90, de 23 de outubro”**.

Através da consulta do Diário da República Eletrónico verificou-se que, em caso de aprovação, esta será a décima quinta alteração do Decreto Lei n.º 330/90, de 23 de outubro.

Encontra-se assim respeitado o n.º 1 do artigo 6.º da lei formulário que prevê que, «Os diplomas que alterem outros devem indicar o número de ordem da alteração introduzida e, caso tenha havido alterações anteriores, identificar aqueles diplomas que procederam a essas alterações, ainda que incidam sobre outras normas». Uma vez que no artigo 1.º do projeto de lei são referidos o número de ordem de alteração e as modificações anteriores ao Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, torna-se dispensável colocar o número de ordem de alteração no título.

Porém, sublinha-se que a lei formulário foi aprovada e publicada num contexto anterior à existência do Diário da República Eletrónico, atualmente acessível de forma gratuita e universal, pelo que, por motivos de segurança jurídica e para tentar manter uma redação simples e concisa, parece mais seguro e eficaz não colocar o número de ordem de alteração, assim como o elenco de diplomas que procederam a alterações, nos casos em que a iniciativa incida sobre códigos, “leis” ou “regimes gerais”, “regimes jurídicos” ou atos legislativos de estrutura semelhante – neste caso, relativamente às alterações introduzidas a Código da Publicidade.

Em caso de aprovação, esta iniciativa revestirá a forma de lei, nos termos do n.º 3 do artigo 166.º da Constituição, pelo que deve ser objeto de publicação na 1.ª série do Diário da República, em conformidade com o disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 3.º da lei formulário.

No que respeita ao início de vigência, o projeto de lei estabelece, no seu artigo 4.º, que a sua entrada em vigor ocorrerá “30 dias após a aprovação do presente diploma”, o que parecer estar em conformidade com o previsto no n.º 1 do artigo 2.º da lei formulário, que prevê que os atos legislativos “entram em vigor no dia neles fixado, não podendo, em caso algum, o início de vigência verificar-se no próprio dia da publicação”. No entanto, sugere-se que a entrada em vigor seja alterada para “30 dias após a publicação”, dada a incerteza de que a publicação ocorrerá exatamente em 30 dias.

Nesta fase do processo legislativo, a iniciativa em apreço não nos parece suscitar outras questões em face da lei formulário.

#### IV. Análise de direito comparado

---

- **Enquadramento no plano da União Europeia**

O jogo e aposta, particularmente o jogo on-line, embora constituam uma preocupação das instituições europeias, é uma matéria onde os Estados-Membros, individualmente, gozam de liberdade para restringir ou limitar o acesso a todos ou a alguns tipos de serviços, com base em objetivos de interesse público que pretendam salvaguardar em relação a essa atividade.

Neste sentido, a Diretiva Serviços ([Diretiva 2006/123/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de Dezembro de 2006, relativa aos serviços no mercado interno](#))<sup>23</sup>, exclui do seu âmbito de aplicação *actividades de jogo a dinheiro que impliquem uma aposta com valor monetário em jogos de fortuna ou azar, incluindo lotarias, actividades de jogo em casinos e apostas* (artigo 2.º, n.º 2, alínea h). Confirma-o também a [Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual](#)<sup>24</sup>, de cujo âmbito de aplicação não fazem parte *os jogos de fortuna em que é feita uma aposta em*

---

<sup>23</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?qid=1590285761230&uri=CELEX:32006L0123>

<sup>24</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?qid=1590285761230&uri=CELEX:32010L0013>

*dinheiro, incluindo lotarias, apostas e outras formas de jogos de azar, bem como os jogos on-line e os motores de busca, mas não as emissões consagradas a jogos de azar ou de fortuna.*

Contudo, a União Europeia (UE) não tem deixado a discussão em torno desta questão em vazio, e, assim, tem havido um conjunto de iniciativas com o objetivo de estatuir uma regulamentação europeia do jogo, aproximando e potenciando a cooperação legislativa entre os Estados-Membros.

Na Resolução de 10 de março de 2009, sobre a integridade dos jogos de apostas on-line ([2008/2215\(INI\)](#)), o Parlamento Europeu (PE):

- *Insta os Estados-Membros a cooperarem a nível da UE com vista à adoção de medidas contra qualquer publicidade agressiva e promoção comercial por parte de operadores públicos ou privados de jogos de apostas on-line, incluindo jogos de demonstração gratuitos, a fim de proteger, em particular, os jogadores e os consumidores vulneráveis como as crianças e os jovens (parágrafo 22);*
- *Insta a Comissão a iniciar uma investigação sobre jogos de apostas on-line e sobre o risco de desenvolver uma dependência do jogo, por exemplo no que respeita à forma como a publicidade influencia essa dependência, à possibilidade de criar categorias comuns europeias de jogos, de acordo com o seu potencial de criação de dependência, e a possíveis medidas de prevenção e de tratamento (parágrafo 28);*
- *Solicita à Comissão que examine, em particular, o papel da publicidade e da promoção comercial (incluindo jogos de demonstração gratuitos on-line) na persuasão direta ou indireta de menores a participarem em jogos a dinheiro (parágrafo 29).*

O [Livro Verde sobre o jogo on-line no mercado interno \(COM\(2011\) 128 final\)](#)<sup>25</sup>, lançou as bases do debate da sua regulação, assente em pilares como a defesa dos consumidores, a proteção dos menores e de outros grupos vulneráveis. Enumera as comunicações comerciais mais frequentemente usadas junto dos consumidores finais

<sup>25</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?qid=1590285761230&uri=CELEX:52011DC0128>

e/ou distribuidores, as quais passam por *publicidade televisiva, publicidade na imprensa escrita, comunicações comerciais on-line, promoções de vendas, comercialização direta e contratos de patrocínio*; afirmando que a Comissão tem conhecimento de que, em muitos Estados-Membros, existem restrições a essas comunicações comerciais, que vão desde a proibição até requisitos de conteúdo nos meios de comunicação social que publicitam serviços de jogo on-line. Informa ainda que, do mesmo modo que as autoridades dos Estados-Membros (e os operadores) procuram impedir que os menores tenham acesso a serviços de jogo on-line, pretendem também controlar a comercialização e a promoção desses serviços, dando alguns exemplos de restrições/normas que impõem que a promoção de tais serviços:

- ✓ não seja dirigida a pessoas com idades inferiores ao limite nacional para participação;
- ✓ não seja difundida (pela televisão ou pela rádio) nem comunicada durante programas específicos destinados aos jovens nos canais generalistas, ou durante certos períodos anteriores ou posteriores a tais programas;
- ✓ não incluam nem mostrem uma pessoa que aparente uma idade inferior ao limite nacional para participação;
- ✓ não aliciem de outro modo crianças ou jovens, por exemplo, mediante associação com a cultura dos jovens ou comunicada por uma celebridade (por exemplo, promoção de um operador de jogo on-line em camisolas de equipas desportivas);
- ✓ não seja afixada na proximidade de zonas frequentadas por crianças (por exemplo, espaços publicitários na proximidade de escolas).

Refere ainda que atualmente os instrumentos utilizados nos Estados-Membros para tentar limitar a dimensão excessiva do jogo compulsivo nos serviços on-line são os aplicados a todo o jogo, ou seja:

- ✓ limites de idade; auto-limitação (financeira e de tempo) e auto-exclusão;
- ✓ informação/avisos/auto-testes (mais facilmente aplicados on-line do que fora de linha);
- ✓ proibição da utilização de crédito; testes de realidade; obrigação de vigilância para os operadores on-line;

- ✓ *restrições impostas a determinadas formas de jogo ou de aposta, consideradas de maior risco (por exemplo, jogos de casino ou, nas apostas desportivas, limitação das apostas apenas aos resultados finais);*
- ✓ *outros (por exemplo, limites na comunicação comercial - restrições à utilização de certos meios de comunicação social, promoção de vendas e bónus de registo ou jogos de prática livre).*

De destacar ainda a referência aos **bilhetes de lotaria instantânea («raspadinha»)**, como aqueles que, no universo dos vários tipos de jogo ou de aposta, estão entre aqueles que frequentemente, são considerados mais suscetíveis de afetar grupos vulneráveis.

Na [Resolução de 15 de Novembro de 2011, sobre os jogos on-line no mercado interno \(2011/2084\(INI\)\)](#)<sup>26</sup> o PE, felicita a iniciativa da Comissão em lançar uma consulta pública, no âmbito do Livro Verde sobre o jogo on-line, acreditando que permitirá uma «reflexão pragmática e realista sobre o futuro deste sector na Europa»; defende que a criação de um «**código de conduta pan-europeu**» contribuiria para a *garantia de um ambiente de jogo responsável e um elevado nível de protecção para os jogadores, especialmente no caso de menores e de outras pessoas vulneráveis* bem como para a criação de *um quadro de princípios e de regras que garanta o mesmo nível de protecção dos consumidores em toda a UE*. Sublinha ainda a *necessidade de alcançar soluções pragmáticas relativamente à publicidade e ao patrocínio de manifestações desportivas de operadores de jogos de azar on-line; e que devem ser adoptados padrões comuns de publicidade que oferecem protecção suficiente aos consumidores vulneráveis, mas ao mesmo tempo tornam possível o patrocínio de eventos internacionais*.

Também cumpre fazer uma referência à [Resolução do Parlamento Europeu, de 10 de setembro de 2013, sobre os jogos on-line no mercado interno \(2012/2322\(INI\)\)](#)<sup>27</sup> que:

- ✓ *exorta as associações europeias de operadores de jogo a desenvolverem e a adotarem **códigos de conduta de autorregulação**;*

<sup>26</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52011IP0492&qid=1631029273736>

<sup>27</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52013IP0348&qid=1631029634665>

- ✓ *insta os Estados-Membros e os operadores a promoverem o **caráter responsável da publicidade** relativa aos jogos on-line;*
- ✓ *saúda a iniciativa da Comissão de adotar uma recomendação sobre publicidade responsável relativa ao jogo, solicitando que inclua **normas mínimas comuns** que ofereçam proteção suficiente aos **consumidores vulneráveis** e recomendando que a **publicidade seja responsável**, contenha **advertências claras sobre os riscos da dependência do jogo** e não seja nem **excessiva** nem exibida em conteúdos especificamente destinados aos menores ou onde se verifique um risco maior de visar menores, tal como acontece, nomeadamente, com a **publicidade dos meios de comunicação social**; apela a que a publicidade socialmente responsável dos jogos on-line só seja autorizada para ofertas de jogo legais;*
- ✓ *considera que nunca deve ser permitido fazer publicidade a serviços de jogos on-line através da apresentação de **probabilidades exageradas de ganho que deem a falsa impressão de que jogar constitui uma estratégia razoável para melhorar as finanças pessoais**;*
- ✓ *considera que a publicidade deve incluir informação clara sobre as **consequências do jogo compulsivo**; salienta que a definição de um formato não prejudicial para a publicidade, bem como de regras em matéria da sua distribuição são determinantes para evitar o jogo aos menores de 18 anos e para combater o jogo problemático e compulsivo;*
- ✓ *exorta o grupo de peritos em serviços de jogo on-line e a Comissão a facilitarem o fluxo de dados entre as entidades reguladoras dos Estados-Membros, a fim de partilharem as melhores práticas e informações;*

A Comunicação da Comissão ([COM/2012/0596 final](#))<sup>28</sup> «Para um enquadramento europeu completo do jogo on-line», o ponto 2.3.3., designado «Fomentar uma publicidade responsável», revela que a *publicidade responsável é imperativa para se assegurar que os cidadãos estão conscientes de que: 1) se aplicam restrições de idade, 2) o jogo pode ser nocivo quando não é utilizado de modo responsável e 3) existem riscos que podem ser de natureza financeira, social ou relacionados com a saúde. Nem*

<sup>28</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52012DC0596>

*todos os Estados-Membros da UE dispõem de regulamentação publicitária específica para os serviços de jogo. Alguns Estados-Membros têm códigos de conduta específicos. O setor do jogo e o setor publicitário empreenderam algumas ações de autorregulação. Todos os cidadãos da UE devem ser suficientemente informados sobre as escolhas que operam, bem como sobre os riscos associados ao jogo;*

A Recomendação da Comissão de 14 de julho de 2014 sobre princípios com vista à proteção dos consumidores e dos utilizadores de serviços de jogo on-line e à prevenção do acesso dos menores aos jogos de azar on-line ([2014/478/UE](#))<sup>29</sup>, refere existir um vasto leque de meios de comunicação social, que contribui para que os grupos mais vulneráveis, como é o caso dos menores, sejam atraídos para o jogo pela ampla exposição a estas comunicações comerciais, nomeadamente através da internet, das aplicações móveis mas também através das competições desportivas que assistem e que são patrocinadas por instâncias de jogo ou onde se exhibe publicidade centrada em atividades de jogo.

Por último cumpre ainda fazer referência ao trabalho, sobre este tema, desenvolvido pelo Tribunal de Justiça da UE, em especial, sobre se e que restrições ou impedimentos à publicidade são, à luz do mercado interno, admissíveis, em especial quando esses jogos ou apostas são, no caso concreto do Estado-Membro, explorados em regime de monopólio. O critério que tem vindo a ser defendido pelo Tribunal e pelos Advogados-Gerais vai no sentido dos Estados poderem limitar ou excluir a publicidade e, até, atribuir um seu exclusivo a uma autoridade nacional (como referido pelo [Acórdão do Tribunal de Justiça de 8 de Setembro de 2009](#))<sup>30</sup>, mas, quando a admitam, a publicidade dos jogos de fortuna e azar, onde se incluem as apostas, deve, *em primeiro lugar, ser moderada e manter-se nos limites do estritamente necessário para canalizar os consumidores para as redes de jogos controladas e, em segundo lugar, a oferta de jogos pelo titular do monopólio deve estar sujeita a um controlo estrito pelas autoridades públicas* (sobre isso, com diferentes matizes, podem ver-se as [Conclusões do](#)

<sup>29</sup> [https://www.srij.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/estudos/oj\\_jol\\_2014\\_214\\_r\\_0012\\_pt\\_txt.pdf](https://www.srij.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/estudos/oj_jol_2014_214_r_0012_pt_txt.pdf)

<sup>30</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?qid=1590285761230&uri=CELEX:62007CJ0042>

[advogado-geral Mazák apresentadas em 20 de Setembro de 2012<sup>31</sup>](#); as [Conclusões do advogado-geral Mengozzi apresentadas em 4 de Março de 2010<sup>32</sup>](#).

- **Enquadramento internacional**

A legislação comparada é apresentada para os seguintes Estados-Membros da União Europeia: Espanha e França.

### ESPAÑA

A [Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego<sup>33</sup>](#), regula a atividade do jogo no território espanhol, com o fim de garantir a proteção da ordem pública, lutar contra a fraude, prevenir comportamentos aditivos, proteger os direitos dos menores e salvaguardar os direitos dos participantes nos jogos, sem prejuízo do regulamentado pelas Comunidades Autónomas.

O [artículo 7-1](#) do diploma proíbe a publicidade, patrocínio ou promoção, sob qualquer forma, dos jogos de sorte ou azar sempre que o seu autor para tal não tenha sido devidamente autorizado através do título habilitante. Por turno, de acordo com o [artículo 7-2](#), as condições relativas à publicidade autorizada e os seus limites devem ser regulamentados especificamente e incluídos nos respetivos títulos habilitantes, nomeadamente o que se refira a:

1. Envio de comunicações publicitárias ou promocionais por correio eletrónico ou por qualquer outro meio de comunicação eletrónico equivalente, o que apenas será possível se previamente autorizado pelo seu destinatário;
2. Inclusão de anúncios ou de outras modalidades publicitárias relativos a jogos nos meios de comunicação ou noutros suportes publicitários;
3. Patrocínio de acontecimentos desportivos que sejam objeto de apostas;

<sup>31</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?qid=1590285761230&uri=CELEX:62011CC0186>

<sup>32</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?qid=1590285761230&uri=CELEX:62007CC0316>

<sup>33</sup> Diploma consolidado disponível no portal [WWW.BOE.ES](http://WWW.BOE.ES), para onde se deverão considerar remetidas todas as referências legislativas relativas a Espanha, salvo indicação expressa em contrário.

4. Inserção de cartazes publicitários de atividades de jogo em locais nos quais se desenvolvam atividades cujo resultado seja objeto de apostas ou loterias;
5. Concursos televisivos e às obrigações de informação sobre os requisitos base do jogo;
6. Quaisquer outras condições que se definam regulamentarmente.

Cabe à entidade que difunde a publicidade ou a promoção direta ou indireta dos jogos e dos seus operadores verificar a existência de título habilitante que o autorize ([artículo 7-3](#)).

Cumpra ainda referir que, de acordo com o [artículo 8](#) do diploma, as políticas referentes à atividade de jogo responsável pressupõem a programação de ações preventivas, de sensibilização, de intervenção e de controlo, bem como, a reparação de eventuais efeitos negativos. Relativamente a este último aspeto os operadores de jogo deverão elaborar um plano de medidas mitigadoras dos possíveis efeitos prejudiciais passíveis de ser produzidos pelo jogo nas pessoas, nas quais se deverá incluir a identificação dos grupos de risco, bem como a prestação da informação necessária ao público no sentido da seleção consciente das atividades de jogo, promovendo atitudes de jogo moderadas, não compulsivas e responsáveis.

Entre 3 de abril e 11 de junho de 2020 vigorou em Espanha um regime especial no que se refere à publicidade e à promoção dos jogos de fortuna e azar de âmbito nacional, impondo restrições acrescidas com fundamento no contexto de excecionalidade imposto pela pandemia Covid-19, e no sentido de evitar a intensificação do consumo de jogos de azar e dos consequentes comportamentos de consumo compulsivo. Este regime foi aprovado pelo [Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo \(artículo 37\)](#) e revogado pelo [Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio \(Disposición derogatoria única. Derogación normativa\)](#)<sup>34</sup>.

A 4 de novembro de 2020 foi publicado o [Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego](#). Este diploma tem por objeto o desenvolvimento da [Ley 13/2011, de 27 de mayo](#), e, para além de concretizar o regime da autorização prévia necessária ao autor da publicidade ([artículo 6](#)) e das políticas ativas de informação e de proteção dos utilizadores ([Título II](#)), prevê ainda o

<sup>34</sup> Diploma que veio a ser posteriormente revogado [pela Ley 2/2021, de 29 de marzo](#).

princípio do jogo seguro. Assim, de acordo com o [artículo 10-2](#) do diploma, são proibidas as comunicações comerciais que, entre outros:

1. Incitem a prática irrefletida ou compulsiva do jogo, ou apresentem a prática do jogo como uma atividade atrativa ou estimulante;
2. Ofereçam bens ou serviços aos utilizadores ou qualquer modalidade de crédito ou que remetam para outros sítios que contenham ofertas de prestações de crédito rápidas e instantâneas;
3. Sugiram que o jogo pode ser uma solução ou uma alternativa para problemas pessoais, educativos, profissionais ou financeiros;
4. Associe, vinculem ou relacionem as atividades de jogo a ideias ou comportamentos que expressem êxito pessoal, familiar, social, desportivo ou profissional.

Em Espanha, a lotaria instantânea (raspadinha) é designada por *tarjetas rasca y gana*. Esta lotaria comercializa-se em dois formatos: físico e eletrónico. O principal jogo de raspadinha em Espanha é gerido pela [Organización Nacional de Ciegos Españoles](#) (ONCE)<sup>35</sup>. Os jogos de raspadinha operados pela ONCE são regulamentados pela [Resolución de 20 de noviembre de 2017](#), da *Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad*, que regula a implementação, lançamento e finalização de diversos produtos de «*Lotaria Instantânea de Boletos de la ONCE*» e publica em anexo o novo regulamento que rege este tipo de lotaria. Esta *Resolución* obriga à publicidade, no verso de cada boletim de jogo, de informações básicas acerca das normas aplicáveis (nomeadamente a estrutura dos prémios, a referência de como aceder ao Regulamento completo, entre outros) do Regulamento, e à existência de um *link* que remeta para o regulamento no caso do formato eletrónico, a fim de garantir os direitos de consumidores (*artículo 20*).

## FRANÇA

A matéria da publicidade dos jogos de fortuna e azar vem prevista, em França, no [Code de la sécurité intérieure](#)<sup>36</sup>. De facto, de acordo com o [article D320-2](#) do diploma, qualquer

<sup>35</sup> Portal oficial da ONCE, disponível em <HTTPS://WWW.ONCE.ES/>

<sup>36</sup> Diploma disponível no portal <WWW.LEGIFRANCE.GOUV.FR>, para onde se deverão considerar remetidas todas as referências legislativas relativas a França, salvo indicação expressa em contrário.

comunicação comercial relativa a um operador de jogos de fortuna e azar deve ser acompanhada por uma mensagem de alerta contra os riscos associados ao jogo. Esta mensagem, que deve ser incluída em todos os meios publicitários ou promocionais, contém, entre outros, o número do serviço público de assistência ao jogador gerido pela [agence nationale de santé publique](#). O diploma estabelece ainda requisitos específicos relacionados com o formato do meio publicitário adotado. A título de exemplo, refira-se: a obrigatoriedade, nos meios audiovisuais, da manutenção de um *banner* com a mensagem de alerta referida no *article D320-2* durante o período de apresentação da mensagem publicitária ou imediatamente a seguir à sua apresentação ([article D320-3](#)); a obrigatoriedade, nos meios radiofónicos, da mensagem aqui em causa ser divulgada imediatamente após a publicidade ([article D320-4](#)); ou a obrigatoriedade, no formato impresso, da mensagem referida no *article D320-2* ser apresentada horizontalmente e ocupando, pelo menos, 7% da superfície publicitária ([article D320-6](#)).

Acresce que, o [article D-320-9](#) proíbe as comunicações comerciais promovidas por um operador de jogos de fortuna e azar sempre que tais comunicações:

1. Incentivarem o jogo excessivo, ou o banalizarem ou promoverem;
2. Sugerirem que o jogo contribui para o sucesso social;
3. Contiverem afirmações infundadas sobre as hipóteses que os jogadores têm de ganhar ou a expectativa de ganho;
4. Sugerirem que o jogo pode ser uma solução para dificuldades pessoais, profissionais, sociais ou psicológicas;
5. Apresentarem o jogo como uma alternativa ao trabalho remunerado.

É ainda proibido, nos termos do [article D-320-10](#), nas comunicações comerciais relativas a jogos de fortuna e azar:

1. Qualquer encenação ou representação que inclua ou menores em situação de compra;
2. Qualquer publicidade que incentive os menores a considerarem que os jogos de dinheiro e azar são uma parte natural do seu lazer;
3. Qualquer encenação que inclua personalidades ou personagens pertencentes ao mundo dos menores; ou
4. Qualquer publicidade dirigida a crianças ou adolescentes que se apresente particularmente atraente para estes, nomeadamente através do uso elementos visuais, sonoros, verbais ou escritos.

A lotaria instantânea (raspadinha) designa-se em França por *ticket de grattage* e a sua regulamentação vem prevista no [Règlement général des jeux de loterie instantanée de La Française des jeux](#)<sup>37</sup>. Contudo, este diploma não inclui nenhuma disposição relativa à publicidade.

A 21 de julho de 2021 foi apresentada, na *Assemblée nationale*, uma [proposition de loi](#)<sup>38</sup>, pela deputada Mme. Agnès Thill que visa, precisamente, a interdição da publicidade relativa aos jogos de fortuna e azar.

## V. Consultas e contributos

### Consultas facultativas

A DECO-Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor tomou a iniciativa de emitir [parecer](#)<sup>39</sup> «congratula-se com a presente iniciativa, (...) revelando-se de manifesta importância para a proteção dos direitos e interesses dos consumidores, em particular dos mais vulneráveis. Todavia, a nosso ver, as circunstâncias já conhecidas justificam uma intervenção legislativa, porventura até, uma abordagem mais abrangente, que não apenas em sede de Código da Publicidade, (...) como, entre outras, a adoção de medidas de sensibilização sobre os riscos associados, a criação de mecanismos de autoexclusão.»

<sup>37</sup> Versão inicial, alterada pela [Modification du règlement général des jeux de loterie instantanée de La Française des jeux](#).

<sup>38</sup> Texto integral disponível no portal oficial da *Assemblée Nationale*, em [WWW.ASSEMBLEE-NATIONALE.FR/](http://WWW.ASSEMBLEE-NATIONALE.FR/)

<sup>39</sup> As informações enunciadas foram retiradas do sítio na Internet da Assembleia da República.

[Consultado em 14 de setembro de 2021]. Disponível em WWW URL<  
<https://app.parlamento.pt/webutils/docs/doc.pdf?path=6148523063446f764c324679626d56304c334e706447567a4c31684a566b786c5a793944543030764e6b4e46535539515343394562324e31625756756447397a5357357059326c6864476c3259554e7662576c7a633246764c3246694e545132596d55354c5751794d324d744e444d314d7931694e3249794c544d354e7a59794e54417a4e546b31596935775a47593d&fich=ab546be9-d23c-4353-b7b2-39762503595b.pdf&Inline=true>>.

Atendendo à matéria em causa, a 6.<sup>a</sup> Comissão pode, se assim o deliberar, solicitar os pareceres escritos à DGC, ao SRIJ, à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, à comissão de jogos do Instituto do Turismo de Portugal, I.P., à Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, ao SICAD, bem como de associações de defesa dos direitos dos consumidores.

## VI. Avaliação prévia de impacto

---

- **Avaliação sobre impacto de género**

De acordo com a informação constante da ficha de [Avaliação Prévia de Impacto de Género \(AIG\)](#)<sup>40</sup>, junta pelo autor, considera-se que a iniciativa legislativa tem uma valorização neutra, dado que a maioria das categorias e indicadores analisados, assumem essa valorização.

- **Linguagem não discriminatória**

Na elaboração dos atos normativos a especificação de género deve ser minimizada recorrendo-se, sempre que possível, a uma linguagem neutra ou inclusiva, mas sem colocar em causa a clareza do discurso. A presente iniciativa não nos suscita questões relacionadas com a utilização de linguagem discriminatória.

## VII. Enquadramento bibliográfico

---

<sup>40</sup> As informações enunciadas foram retiradas do sítio na Internet da Assembleia da República. [Consultado em 14 de setembro de 2021]. Disponível em WWW URL<<https://app.parlamento.pt/webutils/docs/doc.pdf?path=6148523063446f764c324679626d56304c334e706447567a4c31684a566b786c5a79394562324e31625756756447397a5357357059326c6864476c325953396d59574a6d4d32457a595330335a6d5a694c5451775a6a4574595749794f4330795a5464695a54466d59574d7a597a55756347526d&fich=fabf3a3a-7ffb-40f1-ab28-2e7be1fac3c5.pdf&Inline=true>>.

CALADO, Vasco – **Jogo, internet e outros comportamentos aditivos** [On-line] : **dossier temático**. Lisboa : Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências, 2019. [Consult. 14 ago. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=130543&img=16029&save=true>>.

Resumo: Dossier temático, da responsabilidade do SICAD, constituído por um conjunto de textos de diferentes autores que se dedicam ao estudo do jogo, jogo *online* e uso problemático da internet. A crescente preocupação relativa a estes comportamentos aditivos sem substâncias e suas consequências levaram à elaboração deste dossier. Apresentam-se, assim, cinco textos com os seguintes temas:

- Dependência de videojogos: uma realidade emergente;
- Projeto de investigação-ação #Geração Cordão: avaliação e intervenção nas dependências online;
- Jogo e Consumos de Substâncias Psicoativas em Portugal;
- Perturbação ou abuso de jogo? Navegação à vista nos limites do diagnóstico;
- Jogadores, parentes e Dinheiro. Aproximação e experiência nas famílias anónimas da região de Lisboa.

CHÓLIZ MONTAÑÉS, Mariano ; MARCOS MOLINER, Marta - **Detección temprana y prevención de adicciones tecnológicas en adolescentes** [On-line]. Madrid : Fundación MAPFRE, 2020. [Consult. 16 ago. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=133850&img=20551&save=true>>.

Resumo: Este estudo debruça-se sobre os comportamentos aditivos em relação às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) entre os mais jovens. Os autores entendem que, resultado das suas características estruturais e das condições de consumo no quotidiano, as TIC proporcionam condições que estimulam o uso excessivo de jogos. Para os autores a tecnologia pode exacerbar vícios, como o transtorno do jogo, por meio do jogo online, cujas variáveis estruturais e ambientais favorecem ainda mais o jogo e o vício excessivos. Neste quadro analisam, em capítulo autónomo, os

jogos de apostas (p. 44), cujos comportamentos aditivos têm aumentado resultado da promoção destes jogos juntos dos adolescentes.

LAVADO, Elsa ; CALADO, Vasco ; FEIJÃO, Fernanda - **Estudo sobre o consumo de álcool, tabaco, droga e outros comportamentos aditivos e dependências** [On-line] : 2019. Lisboa : Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências, 2020. [Consult. 16 ago. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=135091&img=22148&save=true>>.

Resumo: «Este estudo sobre o Consumo de Álcool, Tabaco, Drogas e Outros Comportamentos Aditivos (ECATD-CAD) é um estudo transversal, realizado através de questionário (ESPAD) auto preenchido por alunos em ambiente de sala de aula. Foi realizado pela primeira vez em 2003 e replicado a cada quatro anos (2007, 2011, 2015 e 2019). Em 2015, o estudo foi alargado a outros comportamentos aditivos (Internet e jogo). Pela primeira vez, a presente edição (2019) contempla também as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira». O relatório demonstra a subida contínua após 2015 do acesso ao jogo.

PORTUGAL. Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências - **Linhas de orientação técnica para intervenção em comportamentos aditivos e dependências sem substância** [On-line] : **a perturbação de jogo**. Lisboa : SICAD, 2017. [Consult. 16 ago. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=130542&img=16028&save=true>>.

Resumo: Este documento do SICAD abrange o tema da dependência do jogo como uma patologia aditiva sem recurso a substâncias. Pretende ser um «manual que procura uma síntese integradora do conhecimento na área da [dependência do jogo] em termos da sua compreensibilidade e da inerente intervenção clínica e psicossocial. Trata-se de um documento que (...) pode auxiliar de modo efetivo os interventores com pessoas com [comportamentos aditivos e dependências] (...)». O documento analisa a dimensão do

fenómeno em Portugal e na Europa, estudando os seus aspetos neurobiológicos, neuroquímicos e neuropsicológicos, e tratamentos associados.

PORTUGAL. Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências - **Relatório de avaliação intermédia do Plano Nacional para a Redução dos Comportamentos Aditivos e das Dependências** [On-line] : 2013-2020. Lisboa : SICAD, 2018. [Consult. 16 ago. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://catalogobib.parlamento.pt:82/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=135061&img=22125&save=true>>.

Resumo: O Plano Nacional para a Redução dos Comportamentos Aditivos e das Dependências (PNRCAD) tem como ambição endereçar «importantes problemas de Saúde Pública relacionados com as substâncias ilícitas, ou com o álcool; de forma inovadora prioriza a focalização no cidadão abrindo horizontes para a abordagem de outros comportamentos aditivos e dependências com ou sem substâncias. As novas temáticas afloradas são as (NSP) [novas substâncias psicoativas], o abuso de medicamentos e anabolizantes e o jogo». No que respeita ao jogo de risco e patológico o relatório conclui que as metas propostas não foram atingidas, tendo-se agravado a situação de comportamento aditivo, nomeadamente na população feminina.

## VIII. Anexo 1

- **Quadro comparativo**

<u>Código da Publicidade</u>	<u>Projeto de Lei n.º 919/XIV/2.ª (BE)</u>
Artigo 21.º Jogos e apostas 1 - A publicidade de jogos e apostas deve ser efetuada de forma socialmente responsável, respeitando, nomeadamente, a	Artigo 21.º Jogos e apostas 1 – (...)

<p>proteção dos menores, bem como de outros grupos vulneráveis e de risco, privilegiando o aspeto lúdico da atividade dos jogos e apostas e não menosprezando os não jogadores, não apelando a aspetos que se prendam com a obtenção fácil de um ganho, não sugerindo sucesso, êxito social ou especiais aptidões por efeito do jogo, nem encorajando práticas excessivas de jogo ou aposta.</p> <p>2 - É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas que se dirija ou que utilize menores enquanto intervenientes na mensagem.</p> <p>3 - É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas no interior de escolas ou outras infraestruturas destinadas à frequência de menores.</p> <p>4 - É ainda expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas a menos de 250 metros on-line reta de escolas ou outras infraestruturas destinadas à frequência de menores.</p> <p>5 - Nos locais onde decorram eventos destinados a menores ou nos quais estes participem enquanto intervenientes principais, bem como nas comunicações comerciais e na publicidade desses eventos, não devem existir menções, explícitas ou implícitas, a jogos e apostas.</p> <p>6 - As concessionárias e ou as entidades exploradoras de jogos e apostas não podem ser associadas a qualquer referência ou menção publicitária à concessão de empréstimos.</p>	<p>2 – É expressamente proibida a publicidade a lotarias instantâneas.</p> <p>3 – (anterior nº 2)</p> <p>4 – (anterior nº 3)</p> <p>5 – (anterior nº 4)</p> <p>6 – (anterior nº 5)</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>7 - O disposto no n.º 4 não se aplica aos jogos sociais do Estado.</p>	<p>7 – (anterior nº 6)</p> <p>8 – É proibida a publicidade a jogos e apostas, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos, independentemente do suporte utilizado para a sua difusão.</p> <p>9 - As comunicações comerciais e a publicidade de quaisquer eventos em que participem menores, designadamente atividades desportivas, culturais, recreativas ou outras, não devem exibir ou fazer qualquer menção, implícita ou explícita, a marca ou marcas de lotarias instantâneas.</p> <p>10 - Nos locais onde decorram os eventos referidos no número anterior não podem ser exibidas ou de alguma forma publicadas marcas de lotarias instantâneas.</p>
---------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------