

Projeto de Lei n.º 343/XIV/1.ª (PCP)

Estabelece restrições à publicidade nos jogos e apostas (15.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de outubro).

Data de admissão: 30 de abril de 2020

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

VIII. Anexo

Elaborado por: Luís Martins (DAPLEN); Cristina Ferreira e Nuno Amorim (DILP); Helena Medeiros (BIB); Pedro Silva e Cátia Duarte (DAC)

Data: 10 de junho de 2020

I. Análise da iniciativa

- **A iniciativa**

O projeto de lei em análise pretende criar restrições à publicidade feita a jogos e apostas, mediante alteração ao artigo 21.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de outubro.

Os autores da iniciativa entendem que a criação do regime jurídico de jogos e apostas *online* veio estabelecer regras demasiado permissivas quanto à publicidade que se lhes pode ser feita e, embora reconheçam que a legislação atual prevê que a “*A publicidade de jogos e apostas deve ser efetuada de forma socialmente responsável, respeitando, nomeadamente, a proteção dos menores (...)*”, na realidade constataam que a prática publicitária deste ramo é bastante agressiva.

Mencionam que a dependência do jogo é entendida pelo Serviço de Intervenção de Comportamentos Aditivos e das Dependências (SIDAC) como uma “*patologia aditiva sem substância*” e que, a falta de controlo da publicidade feita a jogos e apostas online, pode contribuir para o agravamento e aumento desta dependência.

O atual cenário de pandemia veio agravar esta realidade dado que, o encerramento de casinos, bingos e salas de jogos e o confinamento dos cidadãos às suas habitações, contribuem para o aumento do acesso virtual a este setor e, conseqüentemente, para o agravamento de casos de dependência do jogo.

Pretende-se, por isso, com esta iniciativa limitar o acesso ao jogo e apostas *online*, mediante restrição da publicidade que lhes é feita, propondo-se a proibição da referida publicidade, em determinados horários e plataformas.

O diploma é constituído por três artigos, procedendo à alteração do artigo 21.º do Código da Publicidade, aí se estabelecendo a proibição da publicidade feita ao jogo e apostas, entre as 7 e as 22 horas e 30 minutos, considerando-se para estes efeitos a hora oficial do local de origem da emissão.

A referida proibição é aplicável à publicidade feita em sítios e páginas da *Internet* da responsabilidade de empresas com sede em Portugal, bem como na televisão, na rádio e na imprensa escrita.

Para efeitos de comparação entre o regime vigente e as alterações propostas pela iniciativa em análise, disponibiliza-se, em anexo à presente Nota Técnica, um quadro comparativo.

- **Enquadramento jurídico nacional**

O [n.º 1 do artigo 60.º](#) da [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 Moreira¹, «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](#) (versão consolidada), aprovada pela [Lei n.º 23/96](#)², de 31 de julho, veio a consagrar explicitamente o direito do consumidor à proteção da saúde

¹ CANOTILHO, J.J. Gomes; MOREIRA, Vital *Constituição da República Portuguesa Anotada*, vol I, 4ª edição revista, Coimbra Editora, 2007, pág. 783.

² A [Lei 24/96](#), de 31 de julho, foi retificada pela [Declaração de Retificação n.º 16/96](#), de 29 de outubro, publicada no Diário da República n.º 263, Série I-A, de 13 de novembro, e alterada pela [Lei n.º 85/98](#), de 16 de dezembro, pelo [Decreto-Lei n.º 67/2003](#), de 8 de abril, pelas [Leis n.º 10/2013](#), de 28 de janeiro, [n.º 47/2014](#), de 28 de julho, e [n.º 63/2019](#), de 16 de agosto.

na [alínea b\) do artigo 3.º](#). O [artigo 5.º](#) densificou este direito, encontrando-se o Estado incumbindo do dever geral de proteção do consumidor, nos termos do [artigo 1.º](#).

A atual redação do [artigo 21.º](#) do [Código da Publicidade](#)³, que diz respeito à publicidade dos jogos e apostas, resulta da alteração ocorrida em 2015 pelo [artigo 3.º](#) do [Decreto-Lei n.º 66/2015](#),⁴ de 29 de abril, que aprovou, no seu [Anexo I](#), o [Regime Jurídico dos Jogos e Apostas Online](#) (RJO) (versão consolidada).

O RJO⁵ constitui a mais recente intervenção legislativa em matéria 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 da aprovação 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

³ Versão consolidada do [DRE](#). Aprovado pelo [Decreto-Lei n.º 330/90](#), de 23 de outubro.

⁴ Aprovado no uso da autorização legislativa pela [Lei n.º 73/2014](#), de 2 de setembro.

⁵ O RJO foi alterado pelas [Leis n.º 13/2017](#), de 2 de maio, [n.º 101/2017](#), de 28 de agosto, [n.º 114/2017](#), de 29 de dezembro, [n.º 49/2018](#), de 14 de agosto, pelo [Decreto-Lei n.º 84/2019](#), de 28 de junho, e pela [Lei n.º 2/2020](#), de 31 de março.

que se revelava incapaz de dar resposta à dimensão do jogo on-line, fator que suscitou a necessidade de 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 foram cometidas ao [Instituto do Turismo de Portugal, I.P.](#) 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](#), de 22 de junho). No sítio do [Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos](#) (SRIJ) 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:

Versão original (de 1990)	Versão atual (de 2015)
<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 frequência de menores.</p> <p>4 - É ainda expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas a menos de 250 metros em linha 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](#)⁶, de 10 de abril, 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

⁶ A Lei n.º 7/2020, de 7 de abril, foi retificada pela [Declaração de Retificação n.º 18/2020](#), de 24 de abril, publicada no Diário da República n.º 85, Série I, de 30 de abril.

portugueses, (...) com agravamento de consequências emocionais e financeiras»⁷ 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 emergência⁸, com vista à proteção dos consumidores, em especial os mais vulneráveis, como menores, jovens adultos ou pessoas com adição ao jogo ([artigo 3.º](#)).

O [Código de Conduta da Autorregulação Publicitária em Matéria de Publicidade e outras formas de comunicação comercial](#) 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) editou também um [Guia de Boas Práticas de Comunicação de Marketing Digital e Publicidade Comportamental Online](#).

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

As linhas de orientação técnica para a intervenção em comportamentos aditivos e dependências sem substância relativas à perturbação do jogo, emitidas pelo [Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências](#) (SIDAC) referidas na exposição de motivos da iniciativa podem ser consultadas [aqui](#).

II. Enquadramento parlamentar

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

⁷ Exposição de motivos do [PJL n.º 326/XIV/1.ª \(PAN\)](#), que lhe deu origem.

⁸ 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 0:00 horas de 19 de março de 2020 e terminou às 23:59 horas de 2 de maio de 2020.

Efetuada uma pesquisa à base de dados da atividade parlamentar sobre iniciativas e petições, não se verificou a existência de qualquer iniciativa versando sobre matéria idêntica ou conexas.

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

Na presente sessão legislativa foi já apresentada e aprovada a seguinte iniciativa legislativa sobre matéria idêntica ou conexas:

- [Projeto de Lei n.º 326/XIV/1ª \(PAN\)](#) - Determina limitações de acesso às plataformas de jogo online. (na origem da [Lei n.º 7/2020, de 10 de abril](#))

Não se localizaram petições anteriores sobre a matéria.

III. **Apreciação dos requisitos formais**

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

A iniciativa em apreciação é apresentada por Deputados do Grupo Parlamentar do Partido Comunista Português (PCP), ao abrigo e nos termos do n.º 1 do artigo 167.º da Constituição e do 118.º do Regimento da Assembleia da República (RAR), 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 e 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 RAR.

É subscrita por dez Deputados, observando o disposto no n.º 1 do artigo 123.º do RAR, e assume a forma de projeto de lei, em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 119.º do RAR.

A iniciativa 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 RAR.

Observa, igualmente, os limites à admissão da iniciativa estabelecida no n.º 1 do artigo 120.º do RAR, uma vez que parece não infringir a Constituição ou os princípios nela

consignada e define concretamente o sentido das modificações a introduzir na ordem legislativa.

O projeto de lei ora submetido à apreciação deu entrada no dia 24 de abril do corrente ano. Por despacho do Senhor Presidente da Assembleia da República foi admitido em 28 de abril, baixando à Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação (6.^a) no dia 30 do mesmo mês. O projeto de lei foi anunciado na reunião plenária de 4 de maio.

- **Verificação do cumprimento da lei formulário**

O título da presente iniciativa legislativa traduz sinteticamente o seu objeto, em conformidade com o disposto no n.º 2 do artigo 7.º da Lei n.º 74/98, de 11 de novembro, conhecida como *lei formulário*.

Todavia, apesar do artigo 1.º da iniciativa legislativa se encontrar em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 6.º da referida lei, em que “ *Os diplomas que alterem outros devem indicar o número de ordem de alteração introduzida (...)*”, sugere--se que, caso seja aprovada, do título passe a constar a seguinte redação: «Estabelece restrições à publicidade nos jogos e apostas, procedendo à décima quinta alteração ao Código de Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro.».

Caso seja aprovada em votação final global, deve ser publicada sob a forma de lei na 1.^a série do Diário da República, conforme o disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 3.º da *lei formulário*, entrando em vigor no dia seguinte após a sua publicação *no Diário da República*, nos termos previstos no artigo 3.º do articulado e do n.º 1 do artigo 2.º da citada *lei formulário*, segundo o qual 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*”.

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

- **Regulamentação ou outras obrigações legais**

A presente iniciativa legislativa não prevê a necessidade de regulamentação posterior das suas normas.

IV. Análise de direito comparado

- **Enquadramento no plano da União Europeia**

O jogo e aposta, particularmente o jogo em linha, constituindo embora uma preocupação constante das instituições europeias, pauta-se por ser uma matéria onde os Estados-Membros, individualmente considerados e respeitando os comandos preceptivos do mercado interno, 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. A prova deste poder legiferante estadual resulta da Diretiva Serviços ([Directiva 2006/123/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de Dezembro de 2006, relativa aos serviços no mercado interno](#)), cujo âmbito de aplicação é excludente, quanto aos serviços fornecidos pelos prestadores estabelecidos num Estado-Membro, de atividades de jogo a dinheiro que impliquem uma aposta com valor monetário em jogos de fortuna ou azar, incluindo lotarias, atividades de jogo em casinos e apostas (artigo 2.º, 2, h). Confirma-o também a [Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de Março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audio](#), de cujo âmbito de aplicação não fazem parte os jogos de fortuna em que é feita uma aposta em dinheiro, incluindo lotarias, apostas e outras formas de jogos de azar, bem como os jogos em linha e os motores de busca, embora não se excluam as emissões consagradas a jogos de azar ou de fortuna.

Têm, contudo, proliferado as iniciativas de jaez europeu com o objetivo de estatuir uma regulamentação europeia do jogo, aproximando e potenciando a cooperação legislativa entre os Estados-Membros. Do Parlamento Europeu, nessa proposição, regista-se uma Resolução de 10 de Março de 2009, sobre a integridade dos jogos de apostas em linha ([2008/2215\(INI\)](#)), onde se lê que aquele órgão:

- *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 em linha, 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 em linha 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 em linha) na persuasão direta ou indireta de menores a participarem em jogos a dinheiro (parágrafo 29).*

Mas tem sido a Comissão Europeia, naturalmente, a agir mais prolificamente sobre o jogo e aposta, tentando regular neles aspetos nucleares como a publicidade. Merecem especial menção:

- a Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social e ao Comité das Regiões Para um enquadramento europeu completo do jogo em linha ([COM/2012/0596 final](#)), cujo 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 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;

- o LIVRO VERDE sobre o jogo em linha no mercado interno ([COM\(2011\) 128 final](#)), que lembra as vias seguidas mais frequentemente nas comunicações comerciais junto dos consumidores finais e/ou distribuidores, as quais passam por publicidade televisiva, publicidade na imprensa escrita, comunicações comerciais em linha, promoções de vendas, comercialização direta (o que inclui a publicidade endereçada, principalmente através de mensagens de correio eletrónico ou SMS, a clientes registados, por exemplo, para efeitos de acompanhamento personalizado) e contratos de patrocínio;
- 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 em linha e à prevenção do acesso dos menores aos jogos de azar em linha ([2014/478/UE](#)), cujo parágrafo 11 denota existir um vasto leque de meios de comunicação social, o que contribui para uma exposição às comunicações comerciais relativas ao jogo, por exemplo, a imprensa escrita, a publicidade postal direta, os meios audiovisuais e a publicidade mural, bem como o patrocínio, o que pode ter como consequência que os grupos vulneráveis, como é o caso dos menores, sejam atraídos para o jogo.

Pese embora no plano do Direito da União Europeia não haja restrições preceptivas à publicidade nos jogos e apostas, o Tribunal de Justiça da União Europeia – e no âmbito do seu trabalho pretoriano os Advogados-Gerais – tem desenvolvido algum labor sobre o tema, particularmente sobre se e que restrições ou impedimentos à publicidade são, à face do mercado interno, admissíveis, muito em especial quando esses jogos ou apostas são, no concreto Estado-Membro, explorados em regime de monopólio. O critério sufragado pelo Tribunal e pelos Advogados-Gerais vem correspondendo ao

seguinte: os Estados podem 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](#)), 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 advogado-geral Mazák apresentadas em 20 de Setembro de 2012](#); as [Conclusões do advogado-geral Mengozzi apresentadas em 4 de Março de 2010](#)).

- **Enquadramento internacional**

- Países europeus**

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

- ESPANHA⁹**

O [Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo](#), por el que se adoptan medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19, contém medidas relacionadas com a publicidade e a promoção dos jogos de fortuna e azar de âmbito nacional.

Todas as entidades que realizem atividades de jogo, no âmbito de aplicação da [Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego](#)¹⁰, ficaram sujeitas a medidas restritivas no que à publicidade diz respeito, por exemplo, a proibição de realizarem comunicações

⁹ O presente enquadramento diz respeito a todo o Estado espanhol, sem prejuízo de eventuais disposições específicas de âmbito regional.

¹⁰ A lei regula a atividade do jogo, nas suas diferentes modalidades, em todo o Estado com o objetivo de garantir a proteção da ordem pública, combater a fraude, prevenir as condutas aditivas, salvaguardar os direitos dos menores e dos jogadores, sem prejuízo de eventual regulamentação adicional de âmbito comunitário (artigo 1).

comerciais que, de forma implícita ou expressa, façam referência à situação de excecionalidade provocada pela pandemia ou promovam o jogo nesse contexto.

Durante o tempo de vigência do *estado de alarma* está proibida:

- A publicidade dirigida à angariação de novos jogadores ou fidelização dos existentes, que comportem ofertas convertíveis em dinheiro, bonificações, descontos, majorações nas apostas, multiplicadores de apostas ou qualquer outro mecanismo similar;
- A publicidade nos serviços de comunicações e audiovisual referidos no n.º 2 do artigo 2 da [Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual](#), exceto entre a 01 hora e as 05 horas da madrugada;
- A publicidade em plataformas de intercâmbio de vídeo, conforme definidas pela [Diretiva \(UE\) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho](#), de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual), para a adaptar à evolução das realidades do mercado, entre a 01 hora e as 05 horas da madrugada; e
- A publicidade em serviços de informação, ainda que individualizada, incluindo emails e redes sociais.

O incumprimento destas proibições é entendido como uma infração grave, punida como tal nos termos da [Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego](#), com multas de 100 mil a 1 milhão de euros e a suspensão da atividade em Espanha por um período máximo de seis meses.

FRANÇA

É na [Loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne](#) que se encontram as regras relativas à publicidade dos jogos de fortuna e azar. De acordo com o artigo 7, qualquer tipo de publicidade a favor de um operador de jogo legalmente autorizado é:

- Obrigatoriamente acompanhada de uma mensagem de aviso contra o jogo excessivo ou patológico, bem como uma mensagem referente ao sistema de informações e assistência às patologias associadas ao jogo¹¹;
- Proibida em publicações destinadas a menores;
- Proibida nos serviços de comunicação audiovisual e em programas de comunicação audiovisual, apresentados como dirigidos a menores;
- Proibida em serviços de comunicação pública online, dirigida para menores; e
- Proibida em salas cinematográficas durante a transmissão de obras acessíveis a menores.

As multas aplicadas ao incumprimento das obrigações e proibições em cima mencionadas variam entre 100 mil euros e quatro vezes o valor da despesa em publicidade ilegal (artigo 9).

Das pesquisas efetuadas, não foi possível localizar qualquer restrição adicional, nomeadamente por força das medidas impostas para fazer face à pandemia provocada pelo COVID-19.

V. Consultas e contributos

Consultas facultativas

Atendendo à matéria em causa, a Comissão pode, se assim o deliberar, solicitar o parecer escrito à Direção-geral do Consumidor (DGC), ao Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos (SRIJ) e à comissão de jogos do Instituto do Turismo de Portugal, I.P..

VI. Avaliação prévia de impacto

¹¹ Este número é taxado como uma chamada local e é da responsabilidade do *Institut national de prévention et d'éducation pour la santé*.

- **Avaliação sobre impacto de género**

De acordo com a informação constante na ficha de [Avaliação Prévia de Impacto de Género \(AIG\)](#), junta pelo autor, considera-se que a iniciativa legislativa tem uma valoração neutra, dado que a totalidade das categorias e indicadores analisados, assumem essa valoração.

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

CALADO, Vasco – **Jogo, internet e outros comportamentos aditivos** [Em linha] : **Dossier temático**. Lisboa : Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências, 2019. [Consult. 21 maio 2020]. Disponível na intranet da AR:<URL: <http://catalogobib.parlamento.pt:81/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.

PORTUGAL. Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências - **Linhas de orientação técnica para intervenção em comportamentos aditivos e dependências sem substância** [Em linha] : **a perturbação de jogo**. Lisboa : SICAD, 2017. [Consult. 21 maio 2020]. Disponível na intranet da AR:<URL: <http://catalogobib.parlamento.pt:81/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.

VIII. Anexo

DL n.º 330/90, de 23 de Outubro	PJL N.º 343/XIV/1.ª (PCP)
Artigo 21.º Definições	
1 – [...].	1 - A publicidade de jogos e apostas deve ser efetuada de forma socialmente responsável, respeitando, nomeadamente, a proteção dos menores,

<p>2 – [...].</p> <p>3 – [...].</p> <p>4 – [...].</p> <p>5 – [...].</p> <p>6 – [...].</p>	<p>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 em linha 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</p>
---	--

<p>7 – É proibida a publicidade a jogos e apostas, em sítios e páginas na internet da responsabilidade de empresas e entidades com sede em Portugal, na televisão e na rádio e na imprensa escrita, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos.</p> <p>8 - Para efeitos do disposto no número anterior é considerada a hora oficial do local de origem da emissão.</p> <p>9 – (atual n.º 7).</p>	<p>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>
---	--