



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Parecer

Projecto de Lei BE (491/X/3SL)

Altera o Código da Publicidade, proibindo a publicidade a bebidas alcoólicas nas e através das Federações desportivas, Ligas profissionais, Sociedades desportivas e Clubes desportivos

Relatora: Deputada Luísa Salgueiro (PS)



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Índice

Parte I – Considerandos da comissão -----	3
Parte II – Opinião da Relatora -----	8
Parte III – Parecer da comissão -----	11
Parte IV – Anexos ao parecer -----	12



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Parte I

Considerando que:

1. O Grupo Parlamentar do Bloco de Esquerda (BE) tomou a iniciativa de apresentar à Assembleia da República o Projecto de Lei n.º 491/X/3ª – “Altera o Código da Publicidade, proibindo a publicidade a bebidas alcoólicas nas e através das Federações desportivas, Ligas profissionais, Sociedades desportivas e Clubes desportivos”, nos termos do artigo 167.º da Constituição da República Portuguesa (CRP) e do artigo 118.º do Regimento da Assembleia da República (RAR).
2. Em 2 de Abril de 2008, a presente iniciativa mereceu o despacho de Sua Excelência o Presidente da Assembleia da República, admitindo-a e ordenando a sua baixa à Comissão de Educação e Ciência.
3. A presente iniciativa inclui uma exposição de motivos e obedece ao formulário de um projecto de lei, cumpre de igual forma o disposto no n.º 2 do artigo 7.º e o n.º1 do artigo 2.º da Lei n.º 7/98, de 11 de Novembro (Lei Formulário), tal como alterada e republicada pela Lei n.º 42/2007, de 24 de Agosto.
4. A Resolução do Conselho de Ministros n.º 166/2000, de 29 de Novembro, aprovou o Plano de Acção contra o Alcoolismo que tem como objectivo fundamental a luta contra o consumo excessivo ou o abuso de bebidas alcoólicas, envolvendo, simultaneamente, uma componente de estudo e investigação do fenómeno do álcool e do seu consumo tendo em vista a promoção e a educação para a saúde.
5. Entre as medidas deste Plano de Acção destacam-se, atendendo ao teor da iniciativa em apreciação, a proibição do patrocínio por marcas de bebidas alcoólicas de



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

- quaisquer actividades desportivas e de actividades culturais e recreativas, dirigidas a menores; bem como a proibição do patrocínio de selecções nacionais por marcas de bebidas alcoólicas.
6. Também a Resolução da Assembleia da República n.º 76/2000, de 18 de Novembro, recomenda ao Governo diversas medidas de combate alcoolismo, nomeadamente, que *«regulamente a publicidade de bebidas alcoólicas, tendo especialmente em atenção a necessidade de não permitir uma associação à actividade desportiva ou outras especialmente susceptíveis de mobilizar jovens»*.
 7. O Decreto-Lei n.º 332/2001, de 24 de Dezembro, concretizou algumas medidas propostas no Plano de Acção contra o Alcoolismo, introduzindo as seguintes alterações no artigo 17.º do Código da Publicidade: (i) *é proibida a publicidade a bebidas alcoólicas na televisão e na rádio, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos*; (ii) *é proibido associar a publicidade de bebidas alcoólicas aos símbolos nacionais, consagrados no artigo 11.º da Constituição da República Portuguesa*; (iii) *as comunicações comerciais e a publicidade de quaisquer eventos em que participem menores, designadamente actividades desportivas, culturais, recreativas ou outras, não devem exhibir ou fazer qualquer menção, implícita ou explícita, a marca ou bebidas alcoólicas*; (iv) *nos locais onde decorram os eventos referidos não podem ser exibidas ou de alguma forma publicitadas marcas de bebidas alcoólicas*.
 8. O Decreto-Lei n.º 9/2002, de 24 de Janeiro, do mesmo modo, veio impor novas restrições à venda e ao consumo de bebidas alcoólicas, também de acordo com o Plano de Acção contra o Alcoolismo.
 9. No plano europeu, a Recomendação do Conselho, de 5 de Junho de 2001, refere-se ao consumo do álcool pelos jovens, em especial por crianças e adolescentes.
 10. A Directiva 89/552/CEE, de 3 de Outubro, estabelece no artigo 15.º que a publicidade televisiva e a televenda de bebidas alcoólicas nos Estados-membros devem obedecer



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

aos seguintes critérios: «a) não podem dirigir-se especificamente a menores e, em particular, apresentar menores a consumir tais bebidas; b) não deve associar o consumo de álcool a uma melhoria do rendimento físico ou à condução de veículos automóveis; c) não deve criar a impressão de que o consumo de álcool favorece o sucesso social ou sexual; d) não deve sugerir que as bebidas alcoólicas são dotadas de propriedades terapêuticas ou têm efeito estimulante, sedativo ou anti-conflitual; e) não deve encorajar o consumo imoderado de bebidas alcoólicas ou dar uma imagem negativa da abstinência ou da sobriedade; f) não deve sublinhar como qualidade positiva de uma bebida o elevado teor de álcool.»

- 11.** A Comissão Europeia, mediante a Comunicação COM/2006/625, apresentou uma estratégia comunitária para apoiar os Estados-membros na minimização dos efeitos nocivos do álcool.
- 12.** O Projecto de Lei em apreço propõe a alteração do artigo 17.º do Código da Publicidade proibindo: (i) a exibição ou menção a marcas de bebidas alcoólicas nas comunicações comerciais e na publicidade de quaisquer eventos a que possam assistir menores; (ii) a publicidade nas e através das federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos, a bebidas alcoólicas, a marcas ou denominações destas ou que a elas possam ser associadas; (iii) a exibição ou publicitação, nos locais onde decorram esses eventos, de bebidas alcoólicas.
- 13.** O articulado do Projecto de Lei salvaguarda ainda a validade e eficácia dos contratos já celebrados à eventual data de publicação do diploma e em execução à data da sua entrada em vigor, proibindo porém qualquer prolongamento dos mesmos.
- 14.** Os autores do Projecto de Lei consideram que «o Estado, ao permitir e ao apoiar a intervenção dos corpos sociais intermédios públicos e privados que compõem o sistema desportivo e, dessa forma, estimular a prática do desporto não pode deixar que esses corpos sociais intermédios sejam confrontados com propostas que pretendam utilizar a mensagem veiculada pelo fenómeno desportivo, distorcendo a mesma, para promover



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

a venda e comercialização de produtos que, reconhecidamente, resultam contraproducentes para o objectivo primeiro da prática desportiva.»

- 15.** Por outro lado, de acordo com os autores do Projecto de Lei, *«o fenómeno da associação do álcool ao futebol tem efeitos negativos nos consumos e nas práticas de sociabilidade nas crianças e jovens, que se habituam a ver os seus ídolos da selecção nacional de futebol associarem o seu rendimento em campo e as suas capacidades atléticas a uma marca de bebidas alcoólicas.»*
- 16.** Assumem ainda os autores do Projecto de Lei que pretendem *«pôr fim ao subterfúgio encontrado pelas marcas de bebidas alcoólicas de publicitarem o nome da bebida alcoólica, acrescentando-lhe um nome “sem álcool” ou similar para contornarem o dispositivo legal, frustrando assim o objectivo do legislador de proteger os menores do alcoolismo».*
- 17.** Na IX Legislatura, o Grupo Parlamentar do BE havia apresentado duas iniciativas legislativas em sentido similar: o Projecto de Lei n.º 438/X, que proibia a publicidade a bebidas alcoólicas nas Federações Desportivas dotadas do Estatuto de Utilidade Pública; e o Projecto de Lei n.º 484/IX, que proibia a publicidade a bebidas alcoólicas nas Federações desportivas e também nas Ligas profissionais, Sociedades desportivas e Clubes desportivos.
- 18.** Na presente legislatura, o Grupo Parlamentar do BE apresentou novamente, com o Projecto de Lei n.º 69/X (actualmente pendente), uma proposta de alteração ao artigo 17.º do Código da Publicidade que, ao contrário da iniciativa em apreciação, tem um âmbito mais restrito, incidindo apenas na proibição de publicidade, sob qualquer forma, a marcas de bebidas alcoólicas nas e através das federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos.



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

- 19.** No passado dia 16 de Abril, o projecto de lei foi apresentado pela Senhora Deputada Ana Drago (BE), em reunião da Comissão de Educação e Ciência, nos termos do n.º 1 do artigo 132.º do RAR.



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Parte II

(Esta parte reflecte a opinião política da relatora, Deputada Luísa Salgueiro)

As políticas de combate ao excesso ou abuso do consumo do álcool são um assunto demasiado sério para análises ou tratamentos imediatistas ou superficiais.

Foi por isso que, em 2000, o Governo, após ter constituído uma comissão interministerial que se debruçou e reflectiu sobre o assunto, apresentou o «Plano de Acção contra o Alcoolismo», devidamente articulado com o Plano de Acção Europeu sobre o Álcool da OMS-Europa.

Este plano pautou-se por uma consistente fundamentação, um tratamento abrangente da temática e por um elenco ambicioso de orientações de actuação e medidas a tomar em diferentes dimensões, nomeadamente, de promoção e educação para a saúde, da vertente clínica e de investigação e das alterações legislativas e da fiscalização.

Por consequência, o Decreto-Lei n.º 332/2001, de 24 de Dezembro, veio justamente concretizar algumas medidas propostas, introduzindo alterações no artigo 17.º do Código da Publicidade que merecem ser sublinhadas.

Com efeito, importa assim referir que, actualmente, é proibida a publicidade a bebidas alcoólicas na televisão e na rádio, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos; é proibido associar a publicidade de bebidas alcoólicas aos símbolos nacionais, consagrados no artigo 11.º da Constituição da República Portuguesa; e as comunicações comerciais e a publicidade de quaisquer eventos em que participem menores, designadamente actividades desportivas, culturais, recreativas ou outras, não devem exhibir ou fazer qualquer menção, implícita ou explícita, a marca ou bebidas alcoólicas, sendo que nos locais onde decorram estes eventos não podem ser exibidas ou de alguma forma publicitadas marcas de bebidas alcoólicas.



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Será pois injusto desconsiderar-se ou desvalorizar-se estas e outras medidas tomadas que visaram precisamente combater o consumo excessivo e o abuso de álcool, sem demagogia, de modo responsável e consequente.

O Bloco de Esquerda, com o presente Projecto de Lei, apresenta pela 4.ª vez, em apenas duas legislaturas, quatro abordagens diferentes para um mesmo objectivo político, com ampliações sucessivas do âmbito de aplicação da proibição em causa.

Parece inequívoco que a ambição dos proponentes é dissociar o fenómeno desportivo do consumo do álcool o que se pode considerar louvável, ainda que estes o demonstrem, por vezes, de um modo exagerado, quando afirmam, por exemplo, que: *«Esta mistura tem efeitos negativos nos consumos e nas prática de sociabilidade nas crianças e jovens, que se habituam a ver os seus ídolos da selecção nacional de futebol associarem o seu rendimento em campo e as suas capacidades atléticas a uma marca de bebidas alcoólicas».*

A este propósito, não se pode ignorar que actualmente as alíneas d), f) e g) do n.º 1 do artigo 17.º do Código da Publicidade, entre o elenco de restrições à publicidade, referem expressamente que a publicidade a estes produtos só é consentida quando *«não sugira sucesso, êxito social ou especiais aptidões por efeito do consumo», «não associe o consumo dessas bebidas ao exercício físico» e «não sublinhe o teor de álcool das bebidas como qualidade positiva».*

Por outro lado, relativamente a outro dos aspectos focados pelo projecto de lei, merecerá reflexão e discussão aprofundada a restrição proposta à publicidade de produtos que objectivamente não têm álcool e, nessa medida, não são prejudiciais como as bebidas efectivamente alcoólicas, atendendo sobretudo às eventuais reais consequências de tal proibição.

Por último, a proposta de alteração do n.º 5 do artigo 17.º, que consiste na ampliação da proibição deste tipo de publicidade, modificando-se a expressão “em eventos em que



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

participem menores” para “em eventos em possam assistir menores” implica, claramente, um excessivo alargamento do âmbito de aplicação da norma, que justificará pertinentes críticas.

Não obstante estas considerações, e independentemente do mérito da iniciativa do BE, devemos admitir a necessidade dinâmica de monitorizar e avaliar seriamente os resultados das medidas políticas ora adoptadas, em especial no que concerne ao respeito pela lei, visando o combate eficaz ao consumo excessivo e abuso de bebidas alcoólicas.



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Parte III

A Comissão Parlamentar de Educação e Ciência, em reunião realizada no dia 30 de Abril de 2008, **aprova por unanimidade** a seguinte **conclusão**:

O Projecto de Lei n.º 491/X/3.ª, apresentado pelo Grupo Parlamentar do BE, reúne os requisitos constitucionais e regimentais para ser agendado para apreciação pelo Plenário da Assembleia da República, reservando os grupos parlamentares as suas posições de voto para o debate.

Palácio de São Bento, 30 de Abril de 2008

A Deputada Relatora

O Presidente da Comissão

Luísa Salgueiro

António José Seguro



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Parte IV

(Anexos)

Anexo I – Nota Técnica



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

NOTA TÉCNICA

(ao abrigo do artigo 131º do Regimento da Assembleia da República)

INICIATIVA LEGISLATIVA: PJI 491/X/3ª – Altera o Código da Publicidade, proibindo a publicidade a bebidas alcoólicas nas e através das Federações desportivas, Ligas profissionais, Sociedades desportivas e Clubes desportivos

DATA DO DESPACHO DE ADMISSIBILIDADE: 2 de Abril de 2008

COMISSÃO COMPETENTE: Comissão de Educação e Ciência

I. Análise sucinta dos factos e situações

O projecto de lei em apreço, da iniciativa do Bloco de Esquerda, altera o Código da Publicidade, proibindo a publicidade a bebidas alcoólicas nas e através das federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos.

Na exposição de motivos do projecto de lei, os autores referem, em síntese, o seguinte:

- ✓ As federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos, têm um papel crucial para o desenvolvimento do desporto em Portugal e para o incitamento da saudável competição e encorajamento do exercício físico.
- ✓ O desporto congrega em si uma mensagem positiva para a vida em sociedade, mensagem essa que deve ser maximizada nos seus aspectos benévolos, levando a que cada vez mais franjas populacionais encarem a prática do desporto como uma prática indispensável nos seus hábitos regulares.
- ✓ O Estado, ao permitir e apoiar a intervenção dos corpos sociais intermédios públicos e privados que compõem o sistema desportivo e, dessa forma, estimular a prática do desporto, não pode deixar que esses corpos sociais intermédios sejam confrontados com propostas que pretendam utilizar a mensagem veiculada pelo fenómeno desportivo, distorcendo a mesma, para promover a venda e comercialização de



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

produtos que, reconhecidamente, resultam contraproducentes para o objectivo primeiro da prática desportiva.

- ✓ O fenómeno da associação do álcool ao futebol tem efeitos negativos nos consumos e nas práticas de sociabilidade nas crianças e jovens, que se habituam a ver os seus ídolos da selecção nacional de futebol associarem o seu rendimento em campo e as suas capacidades atléticas a uma marca de bebidas alcoólicas. Esta situação dura há já quinze anos e, se este projecto de lei for aprovado, durará ainda mais dois.
- ✓ Este projecto de lei não afecta os contratos em vigor entre federações e clubes com os respectivos patrocinadores. Pretende ainda pôr fim ao subterfúgio encontrado pelas marcas de bebidas alcoólicas de publicitarem o nome da bebida alcoólica, acrescentando-lhe um nome “sem álcool” ou similar para contornarem o dispositivo legal, frustrando assim o objectivo do legislador de proteger os menores do alcoolismo.

O projecto de lei é composto por 3 artigos.

No primeiro faz-se a alteração do artigo 17º do Código da Publicidade, proibindo-se:

- ✓ A exibição ou menção a marcas de bebidas alcoólicas nas comunicações comerciais e na publicidade de quaisquer **eventos a que possam assistir menores**;
- ✓ A publicidade nas e através das federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos, tal como definidos na Lei nº 30/2004, de 21 de Julho (refira-se que esta Lei foi revogada pela Lei nº 5/2007, de 16 de Janeiro de 2007, que aprova a Lei de Bases da Actividade Física e do Desporto), a bebidas alcoólicas, a marcas ou denominações destas ou que a elas possam ser associadas;
- ✓ A exibição ou publicitação, nos locais onde decorram esses eventos, de bebidas alcoólicas.

No artigo segundo salvaguarda-se a validade e eficácia dos contratos já celebrados à data da publicação do diploma e em execução à data da sua entrada em vigor, proibindo-se qualquer prolongamento dos mesmos.

No último artigo estabelece-se a entrada em vigor da lei no dia seguinte ao da sua publicação.



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Saliente-se que actualmente a proibição só existe para os **eventos em que participem menores.**

II Apreciação da conformidade com os requisitos formais, constitucionais e regimentais, e do cumprimento da lei formulário

a) Conformidade com os requisitos formais, constitucionais e regimentais

A presente iniciativa legislativa que “*Altera o Código de Publicidade, proibindo a publicidade a bebidas alcoólicas nas e através das Federações desportivas, Ligas profissionais, Sociedades desportivas e Clubes desportivos*” é apresentada e subscrita por seis Deputados pertencentes ao Grupo Parlamentar do Bloco de Esquerda (BE), ao abrigo do disposto na alínea b) do artigo 156.º, do n.º 1 do artigo 167.º da Constituição (CRP), e da alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º e do artigo 118.º do Regimento da Assembleia da República (RAR).

O Grupo Parlamentar do Bloco de Esquerda exerce, igualmente, o direito de iniciativa legislativa ao abrigo do disposto na alínea g) do n.º 2 do artigo 180.º da CRP e da alínea f) do artigo 8.º do RAR.

A iniciativa é apresentada sob a forma de projecto de lei, redigida sob a forma de artigos, contendo uma justificação de motivos e uma designação que traduz o seu objecto principal, em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 119.º, n.º 1 do artigo 120.º, n.º 1 do artigo 123.º e alíneas a) b) e c) do n.º 1 do artigo 124.º do RAR.

b) Cumprimento da lei formulário

A iniciativa legislativa contempla uma disposição no seu artigo 3.º onde se prevê a sua entrada em vigor no dia seguinte ao da sua publicação na 1.ª série do Diário da República sob a forma de lei, nos termos do n.º 1 do artigo 2.º, e alínea c) do n.º 2 do artigo 3.º da Lei n.º 74/98, de 11 de Novembro (*sobre Publicação, Identificação e Formulário dos Diplomas*), alterada e republicada pela Lei n.º 42/2007, de 24 de Agosto.

O Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, que *Aprova o Código da Publicidade* foi objecto das seguintes alterações até à presente data:



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

Comissão de Educação e Ciência

- 1 - Alterados os n.ºs 1, 2 e 3 do art. 11.º e o art. 16.º e revoga os n.ºs 4 e 5 do art. 11.º e o art. 22.º-B do Código da Publicidade aprovado pelo presente diploma, com a redacção conferida no Dec Lei 275/98 de 09-Set, pelo DEC LEI.57/2008.26.03.2008.MEI, DR.IS [60] de 26.03.2008, que aditou àquele Código os arts. 42.º e 43.º.
- 2 - Revogado, a partir de 01.01.2008, o artigo 18.º e o n.º 2 do artigo 24.º do Código, pela LEI.37/2007.14.08.2007.AR, DR.IS [156] de 14.08.2007
- 3 - Alterados os arts. 5.º (na redacção do Dec Lei 275/98, de 09-Set) e 27.º (na redacção dos Dec Lei 6/95, de 17-Jan, e 275/98, de 09-Set) do Código, aprovado no presente diploma, pelo DEC LEI.224/2004.04.12.2004.PCM, DR.IS-A [284] de 04.12.2004
- 4 - Alterado o art. 40.º do Código, pela LEI.32/2003.2003.08.22.AR, DR.IS-A [193]
- 5 - Alterada a denominação da Comissão de aplicação de coimas em matéria de publicidade criada pelo art. 39.º do presente diploma, pelo DEC LEI.81/2002.2002.04.04.MECO, DR.IS-A[79]
- 6 - Alterados os arts. 117.º (na redacção do Dec Lei 51/2001, de 15-Fev) e 39.º (na redacção dos Dec Lei 6/95, de 17-Jan e 275/98, de 09-Set), ambos do Código da Publicidade, aprovado pelo presente diploma, pelo DEC LEI.332/2001.2001.12.24.PCM DR.IS-A [296]
- 7 - Aditado o art. 17.º ao Código da Publicidade, na redacção dada pelos Dec Lei 74/93 de 10-Mar, 6/95 de 17-Jan, 61/97 de 25-Mar, 275/98 de 09-Set e pela Lei 31-A/98 de 14-Jul, pelo DEC LEI.51/2001.2001.02.15.PCM DR.IS-A [39]
- 8 - Alterados os arts. 4.º, 5.º, 7.º, 11.º, 12.º, 14.º, 16.º, 18.º, 20.º, 22.º, 23.º, 24.º, 25.º, 27.º, 30.º, 34.º, 35.º, 36.º, 38.º, 39.º e 41.º; e aditados os arts. 22.º-B e 25.º-A, e republicado na íntegra pelo DEC LEI.275/98.1998.09.09.PCM, DR.IS-A [208]
- 9 - Revogado o art. 26.º pela LEI.31-A/98.1998.07.14.AR, DR.IS-A [160]Supl, na redacção dada pelo Dec Lei 6/95 de 17-Jan
- 10 - Revogado o num 2 do art 3º pelo Dec Lei.61/97.1997.03.25.MAM, DR.IS-A [71]
- 11 - Alterados os arts. 3.º, 7.º, 8.º, 25.º, 26.º, 27.º, 37.º, 38.º, 39.º, aditado o art. 41.º e revogados os arts. 31.º a 33.º pelo DEC LEI.6/95.1995.01.17.MARN, DR.IS-A [14]
- 12 - ALTERADO O ART 2 PELO DEC LEI 74/93 DE 10-MAR DR.IS-A [58]B19930310 - ADITADO AINDA AO CODIGO DE PUBLICIDADE O ART 22-A E ADITADO O ART 34 DO REFERIDO CODIGO PELO DEC LEI 74/93 DE 10-MAR DR.IS-A [58]R19950117 - ALTERADOS OS ART 3, 7, 8, 25, 26, 27, 37, 38 E 39 E ADITADO O ART 41 E REVOGADOS OS ART 31 A 33 PELO DEC LEI 6/95 DE 17-JAN DR.IS-A [14]R

Considerando que a presente iniciativa legislativa visa *proceder à décima terceira alteração ao Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, que “Aprova o Código da Publicidades”,* esta referência deverá constar da lei aprovada, em conformidade com disposto no n.º 1 do artigo 6.º (*Alterações e republicação*) da *Lei sobre Publicação, Identificação e Formulário dos Diplomas*, mencionada anteriormente.

III. Enquadramento legal nacional, europeu e internacional sobre o tema

a) Enquadramento legal nacional



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

O presente projecto de lei visa alterar o [artigo 17.º](#)¹ do Código da Publicidade, com o objectivo de proibir a publicidade a bebidas alcoólicas ou a marcas ou denominações de bebidas alcoólicas que lhes possam ser associadas, em espectáculos desportivos a que possam assistir menores.

A [Lei n.º 5/2007, de 16 de Janeiro](#)² veio regular as bases das políticas de desenvolvimento da actividade física e do desporto definindo, nomeadamente, as matérias relativas a federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos.

Por outro lado, a [Resolução do Conselho de Ministros n.º 166/2000, de 29 de Novembro](#)³ aprovou o Plano de Acção contra o Alcoolismo que tem como objectivo fundamental a luta contra o consumo excessivo ou o abuso de bebidas alcoólicas, envolvendo, simultaneamente, uma componente de estudo e investigação do fenómeno do álcool e do seu consumo tendo em vista a promoção e a educação para a saúde. Este diploma foi regulamentado pelo [Decreto-Lei n.º 9/2002, de 24 de Janeiro](#)⁴⁵ que procurou contribuir para o esforço horizontal de implementação das várias medidas preconizadas na referida Resolução.

b) Enquadramento legal no plano europeu e internacional

União Europeia

No âmbito da União Europeia a questão da publicidade a bebidas alcoólicas no contexto de eventos desportivos é referida na [Recomendação do Conselho](#)⁶, de 5 de Junho de 2001, sobre o consumo de álcool pelos jovens, em especial por crianças e adolescentes.

¹ http://arnet/sites/DSDIC/DILP/DILPArquivo/Notas_Tecnicas/PJL_491_X/Portugal_1.docx

² <http://dre.pt/pdf1s/2007/01/01100/03560363.pdf>

³ <http://dre.pt/pdf1s/2000/11/276B00/68376841.pdf>

⁴ <http://dre.pt/pdf1s/2002/01/020A00/04830486.pdf>

⁵ O Decreto-Lei n.º 9/2002, de 24 de Janeiro veio, nomeadamente, introduzir alterações ao Decreto-Lei n.º 252/86, de 25 de Agosto, ao Decreto-Lei n.º 370/99, de 18 de Setembro e ao Decreto-Lei n.º 168/97, de 4 de Julho, diplomas estes que foram revogados respectivamente pelo Decreto-Lei n.º 42/2008, de 10 de Março (revogado a partir de 9 de Maio de 2008), Decreto-Lei n.º 259/2007 de 17 de Julho (sem prejuízo do disposto no art. 13º) e Decreto-Lei n.º 57/2002 de 11 de Março.

⁶ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:161:0038:0041:PT:PDF>



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

A publicidade televisiva sobre bebidas alcoólicas é regulada pela Directiva [89/552/CEE](#)⁷, de 3 de Outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de actividades de radiodifusão televisiva, que estabelece no artigo 15º os critérios a que devem obedecer a publicidade televisiva e a televenda de bebidas alcoólicas.

Refira-se igualmente que a Comissão Europeia, na sequência do convite que lhe foi dirigido pelo Conselho, apresentou em 2006 uma [Comunicação](#)⁸ sobre uma estratégia comunitária para apoiar os Estados-Membros na minimização dos efeitos nocivos do álcool, a qual aborda, em termos genéricos, questões que se prendem com a comunicação comercial e publicidade relativa a bebidas alcoólicas.⁹, que são também objecto de análise no quadro do [Fórum Europeu “Álcool e Saúde”](#), criado pela Comissão em 2007.¹⁰

ESPANHA

A [Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte](#)¹¹, no seu art. 67º prevê a interdição de venda de bebidas alcoólicas, entrada de armas e objectos susceptíveis de serem utilizados como tal; no art. 68, nº2 estabelece que o bilhete de acesso ao recinto desportivo deve conter esse aviso. O art. 69 considera uma infracção grave a violação desses princípios. O art. 70º, nº 3 sublinha que toda instalação desportiva deverá cumprir a normativa da CEE sobre o uso de publicidade ao álcool e tabaco.

[Ley 4/2003, de 26 de febrero, de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos](#)¹², da Comunidade de Valência, que no seu art. 28º, nº 3 proíbe a

⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1989L0552:20071219:PT:PDF> (versão consolidada em 19.12.2007)

⁸ COM/2006/625 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0625:FIN:PT:PDF>

⁹ Sobre a questão da publicidade a bebidas alcoólicas veja-se também a recente resposta da Comissão à pergunta parlamentar E-6440/07 <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+WQ+E-2007-6440+0+DOC+XML+V0//PT&language=PT>

¹⁰ http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/alcohol/alcohol_charter_en.htm

¹¹ http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=1990/25037

¹² http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=2003/06804



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

publicidade a bebidas alcoólicas em estabelecimentos e actividades recreativas, incitando ao consumo, de forma directa ou indirecta, bem como a promessa de oferta de brindes, ofertas ou benesses desse tipo, atribuídas pelo consumo de álcool.

A [Ley 2/2003, de 28 de marzo, del Deporte](#)¹³ de Castilla y León considera infracção grave no art. 81º g) a introdução de cartazes, emblemas incitando à violência ou manifestações xenófobas e na alínea h) a introdução e venda de bebidas alcoólicas em recintos desportivos ou de competição.

[Decreto Legislativo 1/2000, de 31 de julio](#)¹⁴, por el que se aprueba el Texto único de la Ley del deporte, de la Comunidad de Cataluña, que considera infracções muito graves no art.73º f) a exibição de cartazes, símbolos, emblemas ou legendas que incitem à violência em competições ou actos desportivos e na g) proíbe totalmente a venda de bebidas alcoólicas naqueles locais, situação reiterada no art. 74º k), l) e m).

FRANÇA

Em França, a publicidade às bebidas alcoólicas é regulada pelos [artigos L.3323-1 a L.3323-6 do Code de la Santé Publique](#)¹⁵.

O artigo L3323-2 do *Code de la Santé Publique* vem enunciar, de forma taxativa, todos os suportes em que é permitida a propaganda e a publicidade, directa ou indirecta a bebidas alcoólicas, tais como: imprensa escrita para adultos, rádio (nos horários definidos na Lei), anúncios no interior dos pontos de venda autorizados ou museus, universidades ou confrarias enológicas. Consequentemente são proibidos os anúncios na televisão, cinema e em publicações dedicadas a menores, ou a transmissão via televisão de anúncios afixados em estádios ou em locais onde se pratique desporto.

¹³ http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=2003/08335

¹⁴ http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=2000/90007

¹⁵ http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionid=55D6397C07868634E743B099F570233A.tpdj_o02v_1?idSectionTA=LEGISCTA000006171199&cidTexte=LEGITEXT000006072665&dateTexte=20080408



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

De sublinhar que de acordo com o previsto no mesmo artigo não são permitidos patrocínios quando estes tenham por objecto ou como efeito, directa ou indirectamente, a propaganda ou a publicidade a bebidas alcoólicas.

Nos termos do artigo L3323-3 do *Code de la Santé Publique* é considerada propaganda ou publicidade indirecta, a propaganda ou publicidade a favor de um organismo, serviço, actividade, produto, artigo que não uma bebida alcoólica que, pelo seu grafismo, apresentação, utilização de denominação, marca, símbolo ou outro sinal distintivo, lembre uma bebida alcoólica.

Por outro lado, o [artigo L322-6 do Code du Sport](#)¹⁶ estipula que o regime de venda e a distribuição de bebidas alcoólicas nos estádios e, de uma maneira geral, em todos os estabelecimentos onde se pratiquem actividades físicas e desportivas é definido pelo [artigo L3335-4 do Code de la Santé Publique](#)¹⁷. De acordo com este último artigo é proibida a venda e a distribuição de bebidas alcoólicas nestes locais, bebidas alcoólicas estas que se encontram definidas nos grupos 2 a 5 do [artigo L3321-1 do Code de La Santé Publique](#)¹⁸. A violação do disposto no artigo L3321-1 do *Code de La Santé Publique* tem a penalização prevista no [artigo L332-3 do Code du Sport](#)¹⁹.

De referir, por último, que a [Proposta de Lei n.º 317, de 28 de Maio de 2007](#)²⁰ apresentada no Senado, veio propor que o vinho fosse diferenciado das outras bebidas alcoólicas no que diz respeito à publicidade. Esta iniciativa legislativa, ainda a aguardar a apresentação de relatório, defende que a publicidade ao vinho deve ser feita de forma informativa, educativa e personalizada, devendo ter como objectivo orientar o consumidor

¹⁶<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000006547701&idSectionTA=LEGI SCTA000006167053&cidTexte=LEGITEXT000006071318&dateTexte=20080409>

¹⁷<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000006688062&idSectionTA=LEGI SCTA000006171204&cidTexte=LEGITEXT000006072665&dateTexte=20080409>

¹⁸<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000006687994&idSectionTA=LEGI SCTA000006171197&cidTexte=LEGITEXT000006072665&dateTexte=20080409>

¹⁹<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000006547722&idSectionTA=LEGI SCTA000006151577&cidTexte=LEGITEXT000006071318&dateTexte=20080409>

²⁰<http://www.senat.fr/dossierleg/pp107-213.html>



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

responsável para os produtos mais adaptados à gastronomia e às circunstâncias e não encorajando um consumo excessivo. No entanto, nas publicações destinadas a menores, nos locais ocupados por associações de jovens ou em patrocínios, esta iniciativa mantém a proibição de publicidade directa ou indirecta a bebidas alcoólicas.

ITÁLIA

Em Itália, de um modo geral a publicidade às bebidas alcoólicas é proibida, pelo que a mesma proibição se estende às manifestações desportivas. Não há um Código da Publicidade ‘tout court’, mas sim disposições legislativas dispersas pelo ordenamento legislativo italiano, onde a matéria da publicidade é regulada.

Através do [Decreto Ministeriale n. 425 del 30 novembre 1991](#)²¹, que aprova o “Regulamento relativo à transposição dos artigos 13, 15 e 16 da Directiva do Conselho das CE de 3 de Outubro de 1989 (89/552/CEE), relativos à publicidade televisiva de produtos de tabaco e de bebidas alcoólicas e à tutela dos menores”, tutela-se a possível influência do consumo de álcool por parte de menores.

Para além desse decreto há que ter em conta ainda a auto-regulação publicitária das actividades comerciais, prevista no [“Código de Autodisciplina das Comunicações Comerciais”](#)²², que no artigo 22.º se refere à publicidade de bebidas alcoólicas.

Para além disso, dentro das competências delegadas às regiões e no interior destas às administrações municipais e comandos policiais, as entidades locais podem proibir a venda de bebidas alcoólicas durante as manifestações desportivas.

IV. Iniciativas pendentes, nacionais sobre matérias idênticas

²¹ http://www.comunicazioni.it/binary/min_comunicazioni/minori_publicita/dm425-991.pdf

²² http://arnet/sites/DSDIC/DILP/DILPArquivo/Notas_Tecnicas/PJL_491_X/Italia_1.docx



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Efectuada pesquisa à base de dados da actividade parlamentar e do processo legislativo (PLC), verificou-se a existência de duas iniciativas idênticas ou conexas com o presente projecto de lei:

Projecto de Lei n.º 69/X/ (BE)- *“Altera o Código de Publicidade, proibindo a publicidade a bebidas alcoólicas nas e através das federações desportivas, ligas profissionais, sociedades desportivas e clubes desportivos”*;

O projecto de Lei n.º 69/X (BE) deu entrada em 11 de Maio de 2005 e baixou à Comissão de Educação Ciência, no dia 17 do mesmo mês, tendo esta aprovado o respectivo Relatório e Parecer na sua reunião de 6 de Junho de 2005.

Projecto de Lei n.º 300/X/ (PEV)- *“Alteração ao Código da Publicidade no sentido da regulação da publicidade a produtos alimentares dirigida a crianças e jovens.”*;

O projecto de Lei n.º 300/X (PEV) deu entrada em 14 de Julho de 2006 e baixou à Comissão Saúde, no dia 20 do mesmo mês. Foi aprovado, posteriormente, na generalidade em 12 de Outubro de 2006, baixando à respectiva Comissão para apreciação na especialidade na mesma data.

V. Audições obrigatórias e/ou facultativas

Deverá ser ainda feita a audição das seguintes entidades:

- Federações desportivas
- Ligas profissionais
- Sociedades desportivas
- Clubes desportivos
- Associações dos vários desportos
- Comité Olímpico de Portugal
- Confederação do Desporto de Portugal
- Confederação das Colectividades de Cultura e Recreio
- Conselho Nacional de Juventude
- CONFAP – Confederação Nacional das Associações de Pais
- Associação Nacional de Municípios Portugueses
- Associação Nacional de Freguesias



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Comissão de Educação e Ciência

Para o efeito, poderão realizar-se audições públicas, audições em Comissão, ser solicitado parecer às entidades e, eventualmente, abrir-se no sítio da Assembleia da República na Internet um fórum para recolha de contributos.

VI. Contributos de entidades que se pronunciaram sobre a iniciativa

Os contributos que eventualmente vierem a ser recolhidos, na sequência das consultas que for decidido fazer, poderão ser posteriormente objecto de síntese a anexar à nota técnica.

Lisboa, em 14 de Abril de 2008.

Os técnicos

*Luís Martins (DAPLEN), Teresa Fernandes (DAC), Margarida Guadalpi,
Maria Leitão e Fernando Bento Ribeiro (DILP)*