

**Projeto de Lei 343/XIV/1**

**Projeto de Lei 952/XIV/3**

**Projeto de Lei 919/XIV/2**

*Estabelecem restrições à publicidade dos jogos e apostas, procedendo à alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de outubro*

## **BREVE EXPOSIÇÃO SOBRE A POSIÇÃO DA ARP**

### **ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DA AUTO REGULAÇÃO PUBLICITÁRIA**

A ARP tem vários Associados do sector do jogo e tem vindo a acompanhar de perto as crescentes preocupações, nomeadamente, na publicidade ao jogo online.

Tendo também conhecimento de que o SRIJ - Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos lançou um Manual de Boas Práticas respeitante à publicidade de jogos e apostas, que contempla Recomendações, assim como uma parte específica que abrange uma “referência educacional” e requisitos da sua veiculação, é plena convicção da ARP que é absolutamente essencial que exista uma demonstração de resultados do cumprimento dos normativos elaborados, estes aferidos por entidades terceiras independentes, imparciais e de reconhecida qualidade técnica, conforme sucede no sistema de auto-regulação implementado em Portugal há três décadas.

Na ausência de resultados, tarde ou cedo, os Códigos, Manuais e outros afins resultarão em “letra morta”, perdendo a eficácia prevista no que respeita à defesa dos direitos dos consumidores e da leal concorrência entre os agentes económicos.

Atendendo, assim, à relevância que a Auto Regulação Publicitária atribui à efectiva demonstração de resultados, propôs recentemente ao SRIJ a celebração de um Protocolo com vista a assegurar que, através de mecanismos de auto-regulação, são cumpridas as regras previstas no referido Manual.

Importa mencionar que a ARP tem vindo a celebrar, ao longo do tempo, diversos Protocolos com Entidades de Regulação independentes e outros Organismos semelhantes e da Administração Pública, bem como numerosos Acordos de Boas Práticas com Associações representativas da actividade publicitária, dos consumidores e dos cidadãos, que se relacionam com o processo publicitário.

A Auto Regulação Publicitária tem, igualmente, vindo a acompanhar as boas práticas internacionais nesta área e apela para que sejam tidas em conta as recomendações das Instituições da União Europeia no sentido de incentivar os Estados Membros a promoverem e apoiarem os Organismos de Auto-Regulação.