



Bloco de Esquerda
Grupo Parlamentar

PROJETO DE RESOLUÇÃO N.º 1431/XIV/2^a

RECOMENDA AO GOVERNO O REFORÇO DA REGULAMENTAÇÃO SOBRE AS LOTARIAS INSTANTÂNEAS COM VISTA A CONTRIBUIR PARA A DIMINUIÇÃO DOS RISCOS OU EFEITOS NEGATIVOS ASSOCIADOS AO USO ABUSIVO OU PATOLÓGICO

«Raspadinha» é o nome vulgarmente dado à lotaria instantânea, introduzida em Portugal pelo Decreto-Lei n.º 314/94, de 23 de dezembro, que autorizou a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML) a organizar e explorar, de modo exclusivo, este jogo, cujo Regulamento consta da Portaria n.º 552/2001, de 31 de maio.

De acordo com este Regulamento, trata-se de «um jogo social do Estado, explorado através da emissão de jogos autónomos, com denominação própria, aos quais podem corresponder uma ou várias emissões, nos termos do plano previamente definido de emissão e prémios», sendo esta lotaria «vendida em bilhetes, na frente dos quais figuram, em zona reservada e vedada por película de segurança a remover pelo jogador, um conjunto de símbolos ou números que determinarão, de forma imediata, a atribuição de um ou mais prémios, conforme as regras de atribuição indicadas no próprio bilhete».

Em termos de vendas totais, a raspadinha é a principal fonte de receita da SCML, tendo chegado aos 1718 milhões de euros em 2019 (+7,8% face a 2018), o que equivale a 51,1% do total (51,5% em 2018), segundo um estudo publicado na *The Lancet Psychiatry*¹, da autoria de Daniela Vilaverde e Pedro Morgado, investigadores da Escola de Medicina da Universidade do Minho e do ICVS, bem como psiquiatras no Hospital de Braga. Em

¹ (Vilaverde e Morgado, 2020) [https://www.thelancet.com/journals/lanpsy/article/PIIS2215-0366\(20\)30039-0/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanpsy/article/PIIS2215-0366(20)30039-0/fulltext)

comparação com as restantes lotarias, a lotaria instantânea representa 50% das receitas totais e a sua venda tem vindo a crescer desde 2010.

O estudo revela ainda que Portugal é o país da Europa onde se gasta, em média, por pessoa, mais dinheiro em raspadinhas. São mais de quatro milhões de euros gastos por dia, o que corresponde a um gasto médio por pessoa de 160€ por ano, em comparação com apenas 14€ médios em Espanha.

Segundo o investigador Pedro Morgado, “os números em Portugal são brutais quando comparados com Espanha – e com o resto da Europa. Gastamos demasiado dinheiro em raspadinhas e isso significa que o número de pessoas com problemas de jogo patológico, adição ou vício do jogo, associado a raspadinhas também é potencialmente maior”.

Em declarações ao jornal Observador, vários especialistas dão conta que o vício em raspadinhas tem levado cada vez mais pessoas a pedirem ajuda às equipas de tratamento dos Centros de Respostas Integradas (em Comportamentos Aditivos e Dependências) e a clínicas privadas. Os dados sobre o jogo abusivo e patológico são efetivamente preocupantes. Entre 2012 e 2017, a prevalência do jogo abusivo quadruplicou (de 0,3% para 1,2%) e a do jogo patológico duplicou (de 0,3% para 0,6%), o que representa 60 mil e 24 mil pessoas, respetivamente².

Segundo Pedro Morgado e Daniela Vilaverde, a raspadinha tem um conjunto de “características que favorecem o estabelecimento de comportamento de jogo problemático ou patológico”. Comprar uma raspadinha é fácil, é barato, e confere uma sensação de gratificação instantânea que leva rapidamente ao estabelecimento de uma adição.

Na caracterização dos jogadores de raspadinha, o Inquérito Nacional ao Consumo de substâncias Psicoativas na População Geral 2016/17³, publicado pelo Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências (SICAD), revela que mais de metade dos jogadores de raspadinha são mulheres, entre os 35 e os 54 anos, com habilitações relativamente baixas e rendimentos entre 500 e 1000 euros mensais. Em

2

http://www.sicad.pt/PT/Documents/2017/INPG%202016_2017_I%20relatorio%20final_dados_provisorios.pdf

³ http://www.sicad.pt/PT/Documents/2017/INPG%202016_2017_I%20relatorio%20final_dados_provisorios.pdf

contraste, o grupo que menos joga as raspadinhas são os estudantes (dos 15 aos 24 anos) e pessoas com habilitações ao nível do ensino superior.

No entanto, o aumento do jogo online impulsionado pela pandemia poderá provocar uma maior incidência de jogo de raspadinhas nas camadas mais jovens. De acordo com os dados divulgados pelo Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos (SRIJ), a receita bruta gerada pela atividade de todos os jogos e apostas online ascendeu, no primeiro trimestre de 2021, a 128,3 milhões de euros, superior em mais de 58,1 milhões de euros ao registado no período homólogo (+ 82,6%), o que representa o maior aumento anual desde que há estatísticas sobre o jogo online⁴.

Nos últimos anos, com o crescimento do jogo online, deu-se a diversificação da oferta de jogos online, entre os quais as raspadinhas. Em 2013, a SCML lançou a sua primeira raspadinha online por apenas 10 cêntimos. Em pouco tempo, a adesão a este jogo superou a de alternativas como o Euromilhões, a Lotaria Clássica ou o Totoloto. Hoje, no site oficial da SCML, intitulado Jogos Santa Casa, encontramos aproximadamente 40 modelos de raspadinhas, para além dos restantes jogos de sorte e azar e apostas desportivas. Em entrevista ao Público, Pedro Hubert, atualmente psicólogo e técnico do Instituto de Apoio ao Jogador, diz que o vício do Jogo online “é mais rápido e mais forte”.

Durante o mesmo período (1T 2021), no conjunto das 15 entidades exploradoras em Portugal, apuraram-se 329,4 mil novos registos de jogadores, o que representa um acréscimo de 172 mil (+109%) face ao período homólogo. Dos novos registos, o SRIJ conclui que 63,6% reportaram-se a jogadores com idade inferior a 35 anos.

Também o consumo de raspadinhas se verifica nos segmentos da população mais idosa, em particular entre os pensionistas e reformados. No estudo da SCML, as pessoas com mais de 65 anos representam 17,2% do total de jogadores de raspadinhas.

Em suma, as lotarias instantâneas, vulgo raspadinhas, são um jogo que afeta profundamente as camadas da população mais vulnerável, com menos rendimentos e menor escolaridade. É a própria SCML que, no estudo por si promovido, relativo a 2019, revela que 76,6% dos consumidores de raspadinha são de classe média baixa e baixa.

⁴ https://www.srij.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/estatisticas/Estat%C3%ADstica_online_1T_2021.pdf

Se analisarmos o lado da oferta de raspadinhas, o n.º 1 do artigo 5.º do Regulamento dos Mediadores dos Jogos Sociais do Estado, aprovado pela Portaria n.º 313/2004, de 23 de março, alterado e republicado pela Portaria n.º 227- B/2019, de 19 de julho, o Departamento de Jogos da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (DJSCML) estabelece como requisito, para efeitos de comercialização da lotaria instantânea, que o estabelecimento comercial se dedique à atividade de restauração, papelaria e/ou tabacaria ou se destinem exclusivamente à atividade de mediação dos jogos sociais do Estado.

Como resultado, a comercialização estende-se a uma rede de mediadores espalhada por todo o país. São aproximadamente 5000 os pontos de venda, a maioria dos quais cafés, restaurantes, pastelarias, papelarias e tabacarias. Em 2021, a SCML pretende abrir 1500 novos pontos de venda, o que representará um aumento de 30% da rede de lojas em apenas um ano. Também em 2020, em plena pandemia, foram lançados concursos para novas lojas, 140 em julho e 200 em outubro.

Para capitalizar sobre o crescimento do consumo de raspadinhas, a administração dos CTT - Correios de Portugal decidiu introduzir a venda de raspadinhas, a partir de setembro de 2020, na sua rede de lojas de correio. No Relatório e Contas referente a 2020, as receitas da venda ascenderam a 600 mil euros em poucos meses e já estão à venda em pelo menos 315 lojas de correio.

Prevê-se, portanto, um crescimento acentuado das práticas de jogo e do consumo destes produtos, em linha com a tendência de crescimento verificada nos últimos anos. No estudo acima citado, publicado pelos investigadores da Universidade do Minho, revela que os portugueses gastaram 16 vezes mais em raspadinhas em 2018 do que em 2010, com graves consequências sociais e económicas. Não podemos por isso dissociar o aumento do consumo de raspadinhas da expansão da rede de lojas verificada nos últimos anos.

Importa notar que este é um negócio extremamente lucrativo e tem como principais beneficiários a SCML e o próprio Estado. Para este último, a raspadinha tem sido amplamente utilizada para suprir as necessidades de financiamento em diversas áreas, desde a Segurança Social à Educação, Saúde e Cultura. Olhe-se para a raspadinha lançada recentemente para financiar a recuperação do património cultural. Em vez de utilizar o

mecanismo de financiamento mais indicado para o efeito, leia-se Orçamento do Estado, o Governo optou por lançar uma nova raspadinha.

Lembramos, igualmente, os alertas que têm sido lançados por parte do presidente do Conselho Económico e Social, Francisco Assis, que, a propósito do anúncio da “raspadinha do património” alertou para o problema social em mãos. “É imoral ignorar esta questão e continuar impávida e serenamente a usar este tipo de jogos para financiar seja o que for (...) estamos a contribuir para a autodestruição de muitos indivíduos oriundos dos meios socioeconómicos mais desfavorecidos”, afirmou Assis ao Público.

Para este Grupo Parlamentar, o Governo não pode continuar a ignorar os riscos e os efeitos negativos associados ao consumo de raspadinhas em Portugal, designadamente quanto ao seu impacto no aumento do jogo abusivo e patológico, bem como o impacto social deste tipo de jogo. É por isso necessário adoptar um conjunto de medidas com vista à redução da procura de raspadinhas em Portugal, em linha com o que tem sido recomendado por vários especialistas na área.

Em primeiro lugar, recomendamos a restrição de venda de raspadinhas em todos os locais que não se dediquem exclusivamente à atividade de mediação dos jogos sociais do Estado, sem prejuízo de enquadrar pequenos negócios nesta modalidade (como por exemplo quiosques e outros estabelecimentos comerciais onde as vendas de raspadinha representam praticamente a totalidade da sua faturação). Para esse efeito, a restrição à venda deve estender-se a todos os estabelecimentos dos CTT, incluindo a rede de lojas e postos de correio.

De seguida, importa estender a opção de autoexclusão aos jogadores de lotaria instantânea, com efeito nos locais de venda física, sem prejuízo do direito de confidencialidade e demais cláusulas de proteção dos apostadores. A autoexclusão é um mecanismo de autocontrolo da maior importância e deve por isso ser facilitado a todos os jogadores. Dessa forma, o pedido de autoexclusão deve ser simplificado e devem ser eliminadas as barreiras administrativas existentes.

Por último, o Estado deve promover um diagnóstico concreto do problema, reforçando a recolha de dados sobre o jogo, no domínio da procura e da oferta, contribuindo para o aprofundamento do conhecimento sobre os padrões de consumo e os seus problemas associados. Paralelamente, o reforço do Serviço Nacional de Saúde, em particular na

vertente da saúde mental na dimensão das dependências, é essencial para responder ao crescimento dos casos de jogo abusivo e patológico.

Ao abrigo das disposições constitucionais e regimentais aplicáveis, o Grupo Parlamentar do Bloco de Esquerda propõe que a Assembleia da República recomende ao Governo que:

1. Aprove medidas de redução da procura de lotarias instantâneas relacionadas com a dependência e a cessação do seu consumo, tais como:
 - i) Reforçar a regulamentação sobre os elementos da identidade visual dos bilhetes de lotaria instantânea de modo a diminuir os incentivos à procura e reduzir a diversidade da oferta.
 - ii) Estender a opção de autoexclusão aos jogadores de lotaria instantânea, com efeito nos locais de venda física, sem prejuízo do direito de confidencialidade e demais cláusulas de proteção dos apostadores.
 - iii) Simplificar administrativamente o pedido de autoexclusão, definindo as condições de gratuidade, unicidade e acessibilidade.
 - iv) Regulamentar o número de locais de venda de lotarias instantâneas, restringindo a comercialização aos estabelecimentos comerciais que se dedicam exclusivamente à atividade de mediação dos jogos sociais do Estado, sem prejuízo de regulamentar casos exceção a definir.
 - v) Proibir a venda de lotarias instantâneas nos estabelecimentos dos CTT - Correios de Portugal, incluindo a rede de lojas e postos de correio.
 - vi) Restringir a publicidade, promoção e patrocínio de jogos e apostas.
2. Reforce a recolha de dados sobre o jogo, no domínio da procura e da oferta, contribuindo para o aprofundamento do conhecimento sobre os padrões de consumo e os seus problemas associados.

Assembleia da República, 29 de julho de 2021.

As Deputadas e os Deputados do Bloco de Esquerda,

Isabel Pires; Pedro Filipe Soares; Jorge Costa; Mariana Mortágua; Alexandra Vieira;
Beatriz Dias; Diana Santos; Fabíola Cardoso; Joana Mortágua; João Vasconcelos;

José Manuel Pureza; José Maria Cardoso; José Soeiro; Luís Monteiro; Maria Manuel Rola;
Moisés Ferreira; Nelson Peralta; Ricardo Vicente; Catarina Martins