



Projeto de Lei n.º 952/XIV/3.^a

**Limita a publicidade a jogos e apostas e aprova medidas de defesa do consumidor e de promoção da literacia sobre os riscos associados ao jogo, procedendo à décima quinta alteração ao Código da Publicidade,
aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro**

Exposição de motivos

Um estudo da autoria de Daniela Vilaverde e de Pedro Morgado¹ revela-nos que em Portugal, em média, cada pessoa gasta 160 euros por ano em raspadinhas (i.e. nas lotarias instantâneas enquadradas pelo Decreto-Lei n.º 314/94, de 23 de dezembro), o que faz de Portugal o país da Europa onde mais dinheiro per capita se gasta neste tipo de jogo - representando mais do dobro da média europeia. Esta realidade, de acordo com este estudo, fica a dever-se a diversos fatores, de entre os quais se destacam a falta de literacia sobre os riscos de adição associados à prática destes jogos e a existência de um contributo da publicidade e da comunicação social que passam a ideia de que este é um tipo de jogo em que se pode ganhar muito com pouco, sem informar de forma isenta sobre os potenciais riscos.

Acresce a esta situação, o fator altruísta de quem joga por associar o jogo ao apoio de causas social reconhecidas como válidas e que no seu conjunto, traçam uma mensagem que assenta apenas na dimensão mais positiva destas práticas sem atentarem para o risco de desenvolvimento de comportamentos de adição.

De acordo com os dados² publicados pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, nos últimos anos tem-se assistido a um aumento exponencial em publicidade dos jogos sociais – a maioria dela na televisão. Se em 2014 o valor destes gastos era de 17 milhões e 311 mil euros, em

¹ DANIELA VILAVERDE e de PEDRO MORGADO (2020), “Scratching the surface of a neglected threat: huge growth of Instant Lottery in Portugal”, in *The Lancet*, vol. 7, n.º 3.

² Dados disponíveis em: <https://www.scml.pt/sobre-nos/documentacao/>.

2019 esse valor ascendia a 28 milhões e 442 mil euros, o que se traduz num aumento de gastos na ordem dos 64%.

Estes números são preocupantes, uma vez que, de acordo com o Serviço de Intervenção dos Comportamentos Aditivos e das Dependências³, o jogo é hoje validado no plano científico como uma patologia aditiva sem substância, que envolve circuitos e regiões cerebrais (e concomitante disfunção), tipicamente envolvidos nos comportamentos aditivos e dependências decorrentes do uso continuado de substâncias psicoativas.

Tendo em conta os riscos associados ao jogo e às apostas, a necessidade de se aprofundar o conhecimento sobre a magnitude do jogo patológico associado às lotarias instantâneas, e com o objetivo de promover a literacia dos cidadãos para estes riscos e de assegurar que a sua publicidade é efetuada de forma socialmente responsável e com a adequada salvaguarda da proteção das crianças e jovens, com o presente projeto de lei o Grupo Parlamentar do PAN, seguindo algumas das recentes recomendações da DECO, pretende introduzir um conjunto de seis alterações ao Código da Publicidade ao qual se juntam duas medidas complementares de prevenção dos riscos de comportamentos aditivos associados ao jogo e às apostas.

Em primeiro lugar, propomos que, tal como hoje já sucede com as bebidas alcoólicas, passe a haver a restrição de publicidade a jogos e apostas, na televisão e na rádio, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos, de forma a que não haja promoção desta atividade em períodos em que a audiência de crianças e jovens é maior. Em segundo lugar, propomos que, relativamente à publicidade de jogos e apostas na internet, as entidades promotoras passem a ter de disponibilizar um mecanismo que permita a autoexclusão dos respetivos destinatários ou potenciais destinatários. Uma medida que, visando não só proteger o consumidor, pode reforçar os direitos e a proteção das pessoas mais vulneráveis a comportamentos aditivos. Em terceiro lugar, tendo em vista a prevenção dos riscos de comportamentos aditivos associados ao jogo e às apostas e reforçar a literacia dos

³ Serviço de Intervenção dos Comportamentos Aditivos e das Dependências (2017), Linhas de Orientação Técnica para a Intervenção em Comportamentos Aditivos e Dependências sem Substância – Perturbação do Jogo.

consumidores sobre tais riscos, propomos que a respetiva publicidade passe a ser obrigatoriamente acompanhada de uma advertência para os riscos do uso excessivo do jogo e das apostas, sob a forma de mensagem informativa. Em quarto lugar, propomos que se clarifique que as limitações de publicidade aplicáveis às crianças e jovens se aplicam também à publicidade na internet, através de sítios ou redes sociais, ou em aplicações móveis destinadas a dispositivos que utilizem a internet. Em quinto lugar, propõe-se uma clarificação no sentido de que as limitações legais de publicidade aos jogos e apostas, que atualmente estão consagradas no Código da Publicidade, se passem a aplicar também às raspadinhas (i.e. às lotarias instantâneas enquadradas pelo Decreto-Lei n.º 314/94, de 23 de dezembro).

Paralelamente, prevemos duas medidas complementares de prevenção dos riscos de comportamentos aditivos associados ao jogo e às apostas, a concretizar durante o ano de 2022. Por um lado, seguindo os bons exemplos nacionais e internacionais referentes ao suicídio e à violência doméstica, propomos que o Governo promova, junto dos órgãos de comunicação social e com o envolvimento da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, a elaboração e a adoção de um código de conduta sobre a cobertura informativa de obtenção de ganhos em jogos e apostas. Por outro lado, propomos que o Governo promova a aprovação de um plano nacional de combate aos comportamentos aditivos associados ao jogo. Uma medida importante, tendo em conta não só a necessidade de medidas específicas e autónomas para o combate a estes comportamentos aditivos, mas também o facto de ter cessado a vigência do Plano Nacional para a Redução dos Comportamentos Aditivos e das Dependências 2013-2020 sem que se conheça um plano para o período subsequente. Até ao momento, existem apenas linhas orientadoras do plano para o período 2021-2030, mas que têm uma abrangência a todas as dependências e não limitada a esta que defendemos. Propomos ainda que, no âmbito deste plano, se sigam as recomendações de Daniela Vilaverde e de Pedro Morgado e se proceda à elaboração de estudo epidemiológico sobre a magnitude do jogo patológico associado às lotarias instantâneas.

Pelo exposto, e ao abrigo das disposições constitucionais e regimentais aplicáveis, as Deputadas e o Deputado do PAN abaixo assinados apresentam o seguinte Projeto de Lei:

Artigo 1.º

Objeto

A presente lei limita a publicidade a jogos e apostas e aprova medidas de defesa do consumidor e de promoção da literacia sobre os riscos associados ao jogo, procedendo para o efeito à décima quinta alteração do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro e alterado pelos Decretos-Leis n.os 74/93, de 10 de março, 6/95, de 17 de janeiro, e 61/97, de 25 de março, pela Lei n.º 31-A/98, de 14 de julho, pelos Decretos-Leis n.os 275/98, de 9 de setembro, 51/2001, de 15 de fevereiro, e 332/2001, de 24 de dezembro, pela Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 224/2004, de 4 de dezembro, pela Lei n.º 37/2007, de 14 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pelo Decreto-Lei n.º 66/2015, de 29 de abril, e pela Lei n.º 30/2019, de 23 de abril.

Artigo 2.º

Alteração ao Código da Publicidade

É alterado o artigo 21.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na sua redação atual, que passam a ter a seguinte redação:

«Artigo 21.º

[...]

1 – A publicidade de jogos e apostas, nomeadamente a lotarias instantâneas enquadradas pelo Decreto-Lei n.º 314/94, de 23 de dezembro, 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.

2 – É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas que tenha como destinatários menores ou que utilize menores enquanto intervenientes na mensagem, nomeadamente na internet, através de sítios ou redes sociais ou em aplicações móveis destinadas a dispositivos que utilizem a internet.

3 – [...].

4 – [...].

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 ou a empresas cuja atividade principal seja a dos jogos e apostas.

6 – [...].

7 – É ainda proibida a publicidade a jogos e apostas, na televisão e na rádio, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos, sendo considerada a hora oficial do local de origem da emissão.

8 – As entidades promotoras de jogos e apostas devem assegurar relativamente à publicidade na internet, realizada através de sítios ou redes sociais, ou em aplicações móveis destinadas a dispositivos que utilizem a internet, a criação e disponibilização de mecanismos que permitam a autoexclusão dos respetivos destinatários ou potenciais destinatários, nos termos a definir pelos membros do Governo responsáveis pela área do turismo e da defesa do consumidor.

9 – A publicidade de jogos e apostas é obrigatoriamente acompanhada de uma advertência para os riscos do uso excessivo do jogo e das apostas, sob a forma de mensagem informativa a definir pelos membros do Governo responsáveis pela área do turismo e da defesa do consumidor.

10 - (anterior número 7).»

Artigo 3.º

Código de conduta para a cobertura informativa de ganhos em jogos e apostas

Durante o ano de 2022, o Governo promove, junto dos órgãos de comunicação social e com o envolvimento da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, a elaboração e a adoção de um código de conduta sobre a cobertura informativa de obtenção de ganhos em jogos e apostas.

Artigo 4.º

Plano nacional de combate aos comportamentos aditivos associados ao jogo



Durante o ano de 2022, o Governo aprova um plano nacional de combate aos comportamentos aditivos associados ao jogo, que inclua designadamente uma campanha nacional para a sensibilização para os riscos do jogo e das apostas e a elaboração de um estudo epidemiológico sobre a magnitude do jogo patológico associado às lotarias instantâneas.

Artigo 5.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor 180 dias após a sua publicação.

Palácio de São Bento, 24 de Setembro de 2021

As deputadas e o deputado,

Bebiana Cunha

Inês de Sousa Real

Nelson Silva