

Informação/Proposta

DE: **DSDC**
PARA: **Direção**

ASSUNTO: **Proposta de Lei nº 238/XII – Autorização legislativa relativa ao jogo *on line***

Saída n.º

Informação n.º **64/2014** Data: **04-07-2014**

Enquadramento

Foi remetido, pelo Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e da Economia, para efeitos de audição do Conselho Nacional do Consumo, a proposta de Lei nº 238/XII – autorização legislativa relativa ao jogo *on line* - solicitando comentários **até ao dia 8 de julho**.

A presente informação visa apresentar à consideração superior os comentários que a acima referida proposta de Lei nos merece sob o ponto de vista da proteção dos consumidores.

Apreciando a proposta de Lei

A presente proposta de lei visa habilitar o Governo a criar um regime jurídico que regule um conjunto alargado de jogos e apostas – jogos de casino, póquer, jogos de máquinas, bingo, apostas desportivas à cota e apostas hípcas, **quando disponibilizadas *on line***, bem como apostas hípcas e apostas desportivas à cota de base territorial.

A mesma proposta visa, também, estabelecer regras relativas à salvaguarda dos direitos dos jogadores e de terceiros, o regime sancionatório e tributário da atividade de exploração de jogos e apostas, **bem como reforçar os poderes/competências do Instituto do Turismo de Portugal, I.P., através do seu Serviço de Inspeção de Jogos.**

Prevê, ainda, proceder à alteração de diplomas legais nos quais se inclui alteração ao Código da Publicidade. Sobre esta alteração remetemos para os comentários efetuados pela Divisão de Publicidade em documento que se anexa à presente informação.

Neste enquadramento, a Direção-Geral do Consumidor, enquanto entidade destinada a promover a política de defesa dos consumidores considera que sem a proposta de lei autorizada é difícil apreender os contornos do regime.

No entanto, importa desde já referir que o projeto autorizado, que aguardamos para análise, deve assegurar a proteção dos menores, bem como dos jogadores, com particular atenção aos vulneráveis. Matérias como a informação a disponibilizar aos jogadores em matéria de acesso e de regras aplicáveis aos vários tipos de jogo deverá ser adequadamente regulada de forma a garantir, designadamente, a sua clareza, adequação e objetividade.

Outro aspeto que nos merece destaque é o que tem que ver com a fiscalização do cumprimento das normas devendo assegurar-se no terreno a adequação de meios. Trata-se de um novo enquadramento jurídico cuja aplicação deve ser acompanhada/controlada de forma muito efetiva pelas entidades competentes. Neste contexto, cremos que no projeto autorizado deverá ser contemplada uma norma de avaliação de impacto após o decurso de dois a três anos de vigência.

Proposta de sequência

Em caso de concordância superior, propõe-se o envio da presente informação ao Gabinete de S. Exa. o Secretário de Estado Adjunto e da Economia.

À consideração superior.

Ana Paula Contreiras
Técnica Superior

Em anexo: as observações da DivPub.

As observações da DivPub.

1- Em 26 de maio de 2014, esta Direção-Geral pronunciou-se sobre esta proposta, numa versão anterior, relativa a publicidade de jogo *on line*, nos termos que seguidamente se transcrevem.

2-

“Artigo 4.º
Alteração ao Código da Publicidade

Os artigos 7.º e 21.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, passam a ter a seguinte redação:

«Artigo 7.º

[...]

1 - [...].

2 - [...].

3 - [...].

4 - [...].

5 - Não obstante o disposto na alínea a) do n.º 2, não é permitida a associação de símbolos nacionais à publicidade de jogos e apostas.

Comentário. Apenas para referir que este número 5, agora introduzido, visa reforçar a regra já contida na alínea a) do n.º 2, parece-nos no entanto desnecessária considerando que o artigo 7.º do Código da Publicidade, visa regular toda a publicidade, e portanto também a relativa a jogo. No entanto e deixando de fora a perspetiva formal, caso o governo entenda que importa efetuar esse reforço, nada temos a opor.

Artigo 21.º

Jogos e apostas

1 - A publicidade de jogos e apostas deve ser efetuada de forma socialmente responsável, respeitando, nomeadamente, a proteção dos menores, bem como outros grupos 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.

Comentário. Sugerimos se pondere a utilização da expressão “efetuada de forma socialmente responsável”, pois trata-se de conceito “aberto” difícil de concretizar.

Comentário. Sugerimos que em vez da expressão “grupos de risco” de utilize a expressão “grupos vulneráveis e de risco”, considerando que é mais abrangente protegendo os aqueles que tenham fatores de risco e ainda os que em virtude da idade, debilidade ou especial vulnerabilidade ainda assim não possam ser considerados de “risco”.

2 - É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas que se dirija ou recorra a menores.

Comentário. Sugerimos se altere a utilização da expressão “ou recorra a menores” considerando que no Código da Publicidade a expressão utilizada é , intervenientes, propomos assim : “ ou que utilize menores enquanto intervenientes na mensagem”

3 - 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.

Comentário. Propomos que em vez desta restrição que consideramos de difícil fiscalização seja acrescentado ao artigo 20º do Código da Publicidade, a expressão “**e ao jogo e apostas**”, conforme redação, a azul, infra.

Artigo 20.º

Publicidade em estabelecimentos de ensino ou destinada a menores

É proibida a publicidade a bebidas alcoólicas, ao tabaco ~~ou~~ a qualquer tipo de material pornográfico e ao jogo e apostas, em estabelecimentos de ensino, bem como em quaisquer publicações, programas ou actividades especialmente destinados a menores.

4 - Nos locais onde decorram eventos em que participem menores, bem como nas comunicações comerciais e na publicidade desses eventos, não devem existir menções, explícitas ou implícitas, a jogos e apostas.

Comentário. Propomos seja ponderada por nos parecer tornar mais claro o que se pretende, a introdução da seguinte expressão :” **Nos locais onde decorram eventos em que participem menores enquanto intervenientes,** “ pois afasta a dúvida quanto a sua aplicação quanto a locais frequentados por menores enquanto espetadores.

5 - As concessionárias e ou as entidades exploradoras de jogos e apostas não podem ser associadas a qualquer referência ou menção publicitária a empréstimos.

Comentário. Sugerimos alterar a expressão “ou menção publicitária a empréstimos.” Pela expressão : “**ou menção publicitária a concessão de crédito**”

- 3- Em 1 de julho de 2014, foi solicitada nova pronúncia sobre a nova versão da proposta de alteração ao Código da publicidade, que se reproduz abaixo.

Artigo 4.º

Alteração ao Código da Publicidade

Os artigos 7.º e 21.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, passam a ter a seguinte redação:

«Artigo 7.º

[...]

1 - [...].

2 - [...].

3 - [...].

4 - [...].

5 - Não obstante o disposto na alínea *a)* do n.º 2, não é permitida a associação de símbolos nacionais à publicidade de jogos e apostas.

Artigo 21.º

Jogos e apostas

1 - A publicidade de jogos e apostas deve ser efetuada de forma socialmente responsável, respeitando, nomeadamente, a proteção dos menores, bem como 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 se dirija ou que utilize

menores enquanto intervenientes na mensagem.

- 3 - 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.
- 4 - Nos locais onde decorram eventos em que participem menores enquanto intervenientes, bem como nas comunicações comerciais e na publicidade desses eventos, não devem existir menções, explícitas ou implícitas, a jogos e apostas.
- 5 - As concessionárias e ou as entidades exploradoras de jogos e apostas não podem ser associadas a qualquer referência ou menção publicitária à concessão de crédito.
- 6 - O disposto no n.º 3 não se aplica aos jogos sociais do Estado.»

4-No que respeita ao número 5 do artigo 7º do Código da Publicidade proposto e atendendo a que o legislador parece considerar que qualquer associação com os símbolos nacionais deve ser expressamente proibida nas mensagens publicitárias relativas à atividade de jogo *on line*, não tem a Direção-Geral nada a opôr.

5-No que respeita à redação ora proposta para o artigo 21º do Código da Publicidade, desde logo manifestamos a nossa satisfação por verificar o acolhimento de algumas das propostas efetuadas em 26 de maio pela Direção-Geral do Consumidor.

No entanto mais uma vez chamamos a atenção para a dificuldade de fiscalização do disposto no número 3 que proíbe a publicidade de jogos e apostas a menos de 250 metros, considerando que esta Direção-Geral não dispõe de poderes inspectivos pelo que a deslocação a locais de inserção de publicidade e a correspondente recolha de prova se revela impossível.

Nesta medida propomos que este número 3 do artigo 21º seja fiscalizado pelo Instituto Turismo de Portugal, IP atentas as suas responsabilidades inspetivas. Propomos ainda, seja ponderada a introdução, conforme sugestão efetuada já por esta Direção-Geral, no artigo Artigo 20.º, sob a epígrafe “ Publicidade em estabelecimentos de ensino ou destinada a menores”, de publicidade ao jogo e apostas, porquanto proibir a publicidade num determinado raio circundante a estabelecimentos de ensino, mas não no seu interior, afigura-se-nos pouco coerente, devendo, a nosso ver, ser tratada também neste artigo.

6- No que respeita à referência contida no número 5 e à expressa proibição à associação à concessão de crédito entendemos de saudar e congratulamo-nos com o acolhimento da sugestão efetuada anteriormente pela Direção-Geral do Consumidor pelo que representa na prevenção de situações endividamento. No entanto, considerando as especificidades desta atividade propomos seja considerado acrescentar “...qualquer referência ou menção publicitária à concessão de crédito ou quaisquer modalidades afins”.

7-Por fim entendemos que no que respeita à proposta de Lei de autorização, em concreto no que respeita ao artigo 7º, deverá ser ponderada ainda a introdução de uma nova alteração ao Código da Publicidade, no que respeita às sanções neste previstas.

Propomos assim seja ponderada a alteração à alínea c) do número 1 do artigo 34º, que contem os valores mínimo e máximo a aplicar à violação do disposto no artigo 21º do Código da Publicidade, porquanto atenta a qualidade dos agentes, o valor médio de coimas previsto no diploma que ora apreciamos e ainda os valores médios previstos no Código da Publicidade, se justifica que os valores constantes, neste momento no Código para a infração de publicidade pelos concessionários de jogo, sofra uma atualização pelo menos para os valores previstos na alínea a) do nº 1 do artigo 34º do Código da Publicidade.



GOVERNO DE
PORTUGAL

MINISTÉRIO DA ECONOMIA