

- b) Menosprezar os não-consumidores;
- c) Criar um sentido de urgência ou necessidade premente no consumo do produto anunciado;
- d) Transmitir a ideia de facilitismo na sua aquisição, minimizando os seus custos;
- e) Transmitir a ideia de benefício no seu consumo exclusivo ou exagerado, comprometendo a valorização de uma dieta variada e equilibrada e um estilo de vida saudável;
- f) Associar o consumo do produto à aquisição de estatuto, êxito social, especiais aptidões, popularidade, sucesso ou inteligência;
- g) Utilizar em anúncios publicitários figuras, desenhos, personalidades e mascotes, entre outros, que se encontrem relacionados com programas destinados ao público infantil;
- h) Comunicar características de géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados como benéficos para a saúde, omitindo os efeitos nocivos dos referidos teores elevados.

5 - Os agentes económicos destinatários do disposto no presente artigo podem vincular-se a restrições mais exigentes do que as constantes nos números anteriores, através da celebração de acordos de autorregulação e de correção, de adesão e desvinculação livre.

Alterações

Aditado pelo/a Artigo 2.º do/a Lei n.º 30/2019 - Diário da República n.º 79/2019, Série I de 2019-04-23, em vigor a partir de 2019-06-22

Artigo 20.º-B

Produtos que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados

- 1 - Consideram-se géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados aqueles que contenham uma quantidade dos referidos elementos que comprometa, de acordo com o conhecimento científico disponível, uma dieta variada, equilibrada e saudável.
- 2 - Para os efeitos previstos no número anterior, a Direção-Geral da Saúde fixa por despacho, tendo em conta as recomendações da Organização Mundial da Saúde e da União Europeia, os valores que devem ser tidos em conta na identificação de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados.

Alterações

Aditado pelo/a Artigo 2.º do/a Lei n.º 30/2019 - Diário da República n.º 79/2019, Série I de 2019-04-23, em vigor a partir de 2019-06-22

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 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 se dirija ou que utilize menores enquanto intervenientes na mensagem.
- 3 - É expressamente proibida a publicidade de jogos e apostas no interior de escolas ou outras infraestruturas destinadas à frequência de menores.
- 4 - 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.
- 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.
- 6 - As concessionárias e ou as entidades exploradoras de jogos e apostas não podem ser associadas a qualquer referência ou menção publicitária à concessão de empréstimos.
- 7 - O disposto no n.º 4 não se aplica aos jogos sociais do Estado.

Alterações

seguintes.

- 2 - Os direitos de carácter patrimonial sobre a criação publicitária presumem-se, salvo convenção em contrário, cedidos em exclusivo ao seu criador intelectual.
- 3 - É ilícita a utilização de criações publicitárias sem a autorização dos titulares dos respectivos direitos.

Artigo 30.º

Responsabilidade civil

1 - Os anunciantes, os profissionais, as agências de publicidade e quaisquer outras entidades que exerçam a actividade publicitária, bem como os titulares dos suportes publicitários utilizados ou os respectivos concessionários, respondem civil e solidariamente, nos termos gerais, pelos prejuízos causados a terceiros em resultado da difusão de mensagens publicitárias ilícitas.

2 - Os anunciantes eximir-se-ão da responsabilidade prevista no número anterior caso provem não ter tido prévio conhecimento da mensagem publicitária veiculada.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 275/98 - Diário da República n.º 208/1998, Série I-A de 1998-09-09

Capítulo V

Conselho Consultivo da Actividade Publicitária

Artigo 31.º

Natureza e funções

REVOGADO

Alterações

Revogado pelo/a Artigo 4.º do/a Decreto-Lei n.º 6/95 - Diário da República n.º 14/1995, Série I-A de 1995-01-17, em vigor a partir de 1995-01-22, produz efeitos a partir de 1995-01-22

Artigo 32.º

Composição

REVOGADO

Alterações

Revogado pelo/a Artigo 4.º do/a Decreto-Lei n.º 6/95 - Diário da República n.º 14/1995, Série I-A de 1995-01-17, em vigor a partir de 1995-01-22, produz efeitos a partir de 1995-01-22

Artigo 33.º

Funcionamento

REVOGADO

Alterações

Revogado pelo/a Artigo 4.º do/a Decreto-Lei n.º 6/95 - Diário da República n.º 14/1995, Série I-A de 1995-01-17, em vigor a partir de 1995-01-22, produz efeitos a partir de 1995-01-22

Capítulo VI

Fiscalização e sanções

Artigo 34.º

Sanções

1 - A infração ao disposto no presente diploma constitui contraordenação punível com as seguintes coimas:

a) De 1750 (euro) a 3750 (euro) ou de 3500 (euro) a 45 000 (euro), consoante o infrator seja pessoa singular ou coletiva, por violação do preceituado nos artigos 7.º, 8.º, 9.º, 10.º, 11.º, 12.º, 13.º, 14.º, 16.º, 20.º, 20.º-A, 22.º-B, 23.º, 24.º, 25.º e 25.º-A;

b) De 200000\$00 a 700000\$00 ou de 500000\$00 a 5000000\$00, consoante o infrator seja pessoa singular ou colectiva, por violação do preceituado nos artigos 17.º, 18.º e 19.º;

c) De 75000\$00 a 500000\$00 ou de 300000\$00 a 1600000\$00, consoante o infrator seja pessoa singular ou colectiva, por violação do preceituado nos artigos 15.º, 21.º, 22.º e 22.º-A.

2 - A negligência é sempre punível, nos termos gerais.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 3.º do/a Lei n.º 30/2019 - Diário da República n.º 79/2019, Série I de 2019-04-23, em vigor a partir de 2019-06-22

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 275/98 - Diário da República n.º 208/1998, Série I-A de 1998-09-09

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 74/93 - Diário da República n.º 58/1993, Série I-A de 1993-03-10

Artigo 35.º

Sanções acessórias

1 - Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, podem ainda ser aplicadas as seguintes sanções acessórias:

a) Apreensão de objectos utilizados na prática das contra-ordenações;

b) Interdição temporária, até um máximo de dois anos, de exercer a actividade publicitária;

c) Privação do direito a subsídio ou benefício outorgado por entidades ou serviços públicos;

d) Encerramento temporário das instalações ou estabelecimentos onde se verifique o exercício da actividade publicitária, bem como cancelamento de licenças ou alvarás.

2 - As sanções acessórias previstas nas alíneas b), c) e d) do número anterior só podem ser aplicadas em caso de dolo na prática das correspondentes infracções.

3 - As sanções acessórias previstas nas alíneas c) e d) do n.º 1 têm a duração máxima de dois anos.

4 - Em casos graves ou socialmente relevantes pode a entidade competente para decidir da aplicação da coima ou das sanções acessórias determinar a publicidade da punição por contra-ordenação, a expensas do infractor.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 275/98 - Diário da República n.º 208/1998, Série I-A de 1998-09-09

Artigo 36.º

Responsabilidade pela contra-ordenação

São punidos como agentes das contra-ordenações previstas no presente diploma o anunciante, o profissional, a agência de publicidade ou qualquer outra entidade que exerça a actividade publicitária, o titular do suporte publicitário ou o respectivo concessionário, bem como qualquer outro interveniente na emissão da mensagem publicitária.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 275/98 - Diário da República n.º 208/1998, Série I-A de 1998-09-09

Artigo 37.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência das autoridades policiais e administrativas, compete especialmente ao Instituto do Consumidor a fiscalização do cumprimento do disposto no presente diploma, devendo-lhe ser remetidos os autos de notícia levantados ou as denúncias recebidas.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 6/95 - Diário da República n.º 14/1995, Série I-A de 1995-01-17

Artigo 38.º

Instrução dos processos

A instrução dos processos pelas contra-ordenações previstas neste diploma compete ao Instituto do Consumidor.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 275/98 - Diário da República n.º 208/1998, Série I-A de 1998-09-09

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 6/95 - Diário da República n.º 14/1995, Série I-A de 1995-01-17

Artigo 39.º

Aplicação de sanções

- 1 - A aplicação das coimas previstas no presente diploma compete a uma comissão, constituída pelos seguintes membros:
 - a) O presidente da comissão referida no n.º 2 do artigo 52.º do Decreto-Lei n.º 28/84, de 20 de Janeiro, que presidirá;
 - b) O presidente do Instituto do Consumidor;
 - c) O presidente do Instituto da Comunicação Social.
- 2 - À comissão mencionada no número anterior aplica-se, com as devidas adaptações, o Decreto-Lei n.º 214/84, de 3 de Julho, sendo apoiada pelo Instituto do Consumidor.
- 3 - Sempre que a comissão entenda que conjuntamente com a coima é de aplicar alguma das sanções acessórias previstas no presente diploma, remeterá o respectivo processo, acompanhado de proposta fundamentada, ao membro do Governo que tenha a seu cargo a tutela da protecção do consumidor, ao qual compete decidir das sanções acessórias propostas.
- 4 - Sem prejuízo do disposto no número seguinte, as receitas das coimas revertem:
 - a) Em 20% para a entidade auauante;
 - b) Em 20% para o Instituto do Consumidor;
 - c) Em 60% para o Estado.
- 5 - As receitas das coimas aplicadas por infracção ao disposto no artigo 17.º revertem:
 - a) Em 20% para a entidade auauante;
 - b) Em 20% para o Instituto do Consumidor;
 - c) Em 60% para um fundo destinado a financiar campanhas de promoção e educação para a saúde e o desenvolvimento de medidas de investigação, prevenção, tratamento e reabilitação dos problemas relacionados com o álcool.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 332/2001 - Diário da República n.º 296/2001, Série I-A de 2001-12-24, em vigor a partir de 2002-01-01, produz efeitos a partir de 2002-01-01

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 275/98 - Diário da República n.º 208/1998, Série I-A de 1998-09-09

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a Decreto-Lei n.º 6/95 - Diário da República n.º 14/1995, Série I-A de 1995-01-17

Artigo 40.º

Regras especiais sobre competências

- 1 - A fiscalização do cumprimento do disposto no artigo 19.º, bem como a instrução dos respectivos processos de contra-ordenação e a aplicação das correspondentes coimas e sanções acessórias, competem à Direcção-Geral dos Cuidados de Saúde Primários, à Direcção-Geral dos Assuntos Farmacêuticos e aos respectivos serviços competentes nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.
- 2 - A fiscalização do cumprimento do disposto no artigo 20.º-A, bem como a instrução dos respetivos processos e a aplicação das respetivas coimas e sanções acessórias, competem à Direcção-Geral do Consumidor.
- 3 - A fiscalização do cumprimento do disposto no artigo 21.º, bem como a instrução dos respetivos processos de contraordenação e a aplicação das correspondentes coimas e sanções acessórias, competem ao Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos e à comissão de jogos do Instituto do Turismo de Portugal, I.P., nos termos previstos na respetiva lei orgânica.
- 4 - A fiscalização do cumprimento do disposto no artigo 24.º na actividade de televisão e, bem assim, nos artigos 25.º e 25.º-A, a instrução dos respectivos processos e a aplicação das correspondentes coimas e sanções acessórias competem à entidade administrativa independente reguladora da comunicação social.
- 5 - As receitas das coimas aplicadas ao abrigo do disposto nos números anteriores revertem em 40% para a entidade instrutora e em 60% para o Estado.

Alterações