

Decreto-Lei n.º 175/99
de 21 de Maio

A liberalização da prestação de serviços de telecomunicações e as modernas tecnologias de comunicação a distância introduzem nas sociedades modernas novos tipos de produtos e serviços, os quais extravasam o uso tradicional do telefone.

Determinados tipos de serviços classificados como serviços de audiotexto, operando, em alguns casos, através de sistemas totalmente automáticos sem intervenção humana directa, têm vindo a ser oferecidos aos consumidores através da rede telefónica pública, mas com um tarifário totalmente distinto.

Atendendo a que para a contratação deste tipo de serviços basta a realização de uma chamada para um número predeterminado, têm surgido situações graves, que se traduzem, em muitos casos, num acréscimo importante das despesas a suportar pelo orçamento familiar.

Esta situação é, regra geral, potenciada pela emissão de publicidade agressiva, muitas vezes dirigida a menores, e, por vezes, susceptível de pôr em causa direitos e interesses protegidos pela lei.

Uma vez que a lei deve assegurar, em matéria de publicidade, um elevado grau de protecção dos menores, em virtude da sua vulnerabilidade psicológica, importa agora definir um regime específico para estes serviços.

Foi ouvida a Associação Portuguesa dos Prestadores de Serviços de Telecomunicações de Valor Acrescentado.

Assim:

Nos termos da alínea a) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

Artigo 1.º

Âmbito

- 1 - O presente diploma regula a publicidade a serviços de audiotexto.
- 2 - São serviços de audiotexto os que se suportam no serviço fixo de telefone ou em serviços telefónicos móveis e que são destes diferenciáveis em razão do seu conteúdo e natureza específicos.

Artigo 2.º

Publicidade a serviços de audiotexto

1 - Sem prejuízo do disposto no Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, na redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro, e demais legislação aplicável, a publicidade a serviços abrangidos pelo presente diploma deve conter, de forma clara e perfeitamente legível ou audível, conforme o meio de comunicação utilizado, a identificação do prestador e as condições de prestação do serviço.

2 - A publicidade deve indicar, designadamente, a identidade ou denominação social do prestador, o conteúdo do serviço e o respectivo preço, de acordo com as regras fixadas para a indicação de preços na legislação que estabelece o regime de acesso e exercício da actividade de prestador de serviços de audiotexto.

3 - É proibida a publicidade a serviços de audiotexto dirigida a menores de 16 anos, sob qualquer forma e através de qualquer suporte publicitário, nomeadamente integrando-a em publicações, gravações, emissões ou qualquer outro tipo de comunicações que lhes sejam especialmente dirigidas.

4 - É proibida a publicitação de serviços de audiotexto de cariz erótico ou sexual através de suportes de publicidade exterior.

5 - A publicidade aos serviços referidos no número anterior é também proibida na imprensa, excepto em publicações especializadas com o mesmo tipo de conteúdos ou, no caso das restantes publicações, quando não inclua imagens e os escritos utilizados não sejam susceptíveis de afectar os leitores mais vulneráveis.

6 - Na televisão e na rádio, a difusão de mensagens publicitárias aos serviços a que se refere o n.º 4 só pode ter lugar no horário entre as 0 e as 6 horas.

Artigo 3.º

Contra-ordenações

1 - A violação do disposto no artigo 2.º do presente diploma constitui contra-ordenação, punível com coima de 100 000\$00 a 750 000\$00 e de 700 000\$00 a 9 000 000\$00, consoante tenha sido praticada por pessoa singular ou colectiva.

2 - A negligência é sempre punível.

3 - São punidos como agentes das contra-ordenações previstas no presente diploma o prestador do serviço, o anunciante, o profissional, a agência de publicidade e 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.

Artigo 4.º

Fiscalização, instrução de processos e aplicação de coimas

1 - Compete ao Instituto do Consumidor a fiscalização do disposto no presente diploma e a instrução dos processos por contra-ordenações nele previstas.

2 - Compete à comissão referida no artigo 39.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, na redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro, a aplicação das coimas e sanções acessórias previstas no presente diploma.

3 - O montante das coimas aplicadas reverte em 60% para o Estado e em 40% para o Instituto do Consumidor.

Artigo 5.º

Sanções acessórias

1 - Sem prejuízo do referido no n.º 1 do artigo anterior, podem ainda ser aplicadas as sanções acessórias mencionadas no artigo 35.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, na redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro.

2 - Pode dar-se publicidade, nos termos gerais, à punição por contra-ordenação.

Artigo 6.º

Entrada em vigor

O presente diploma entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 1 de Abril de 1999. - António Manuel de Oliveira Guterres - João Cardona Gomes Cravinho - José Eduardo Vera Cruz Jardim - Osvaldo Sarmento e Castro - José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa.

Promulgado em 4 de Maio de 1999.

Publique-se.

O Presidente da República, JORGE SAMPAIO.

Referendado em 12 de Maio de 1999.

O Primeiro-Ministro, António Manuel de Oliveira Guterres.