

Lei n.º 6/99

de 27 de Janeiro

Regula a publicidade domiciliária por telefone e por telecópia

A Assembleia da República decreta, nos termos da alínea c) do artigo 161.º da Constituição, para valer como lei geral da República, o seguinte:

Artigo 1.º

Objecto e âmbito

- 1 - A presente lei regula a publicidade domiciliária, nomeadamente por via postal, distribuição directa, telefone e telecópia.
- 2 - A presente lei não se aplica à publicidade por correio electrónico.
- 3 - O regime fixado nas disposições seguintes não prejudica o disposto no artigo 23.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro.
- 4 - Para efeitos da presente lei, considera-se publicidade:
 - a) Qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços ou promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições;
 - b) Qualquer forma de comunicação da Administração Pública, não prevista na alínea anterior, que tenha por objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços.
- 5 - Para efeitos da presente lei, não se considera publicidade a propaganda política.

Artigo 2.º

I identificabilidade exterior

A publicidade entregue no domicílio do destinatário, por via postal ou por distribuição directa, deve ser identificável exteriormente de forma clara e inequívoca, designadamente contendo os elementos indispensáveis para uma fácil identificação do anunciante e do tipo de bem ou serviço publicitado.

Artigo 3.º

Publicidade domiciliária não endereçada

É proibida a distribuição directa no domicílio de publicidade não endereçada sempre que a oposição do destinatário seja reconhecível no acto de entrega, nomeadamente através da afixação, por forma visível, no local destinado à recepção de correspondência, de dístico apropriado contendo mensagem clara e inequívoca nesse sentido.

Artigo 4.º

Publicidade domiciliária endereçada

1 - É proibido o envio de publicidade endereçada para o domicílio, por via postal ou por distribuição directa, quando o destinatário tenha expressamente manifestado o desejo de não receber material publicitário.

2 - Para efeitos do disposto no número anterior, as pessoas que não desejarem receber publicidade endereçada têm o direito de se opor, gratuitamente, a que o seu nome e endereço sejam tratados e utilizados para fins de mala directa ou de serem informadas antes de os dados pessoais serem comunicados pela primeira vez a terceiros para fins de marketing directo ou utilizados por conta de terceiros, em termos idênticos aos previstos na alínea b) do artigo 12.º da Lei n.º 67/98, de 26 de Outubro.

3 - As entidades que promovam o envio de publicidade para o domicílio manterão, por si ou por organismos que as representem, uma lista das pessoas que manifestaram o desejo de não receber publicidade endereçada.

4 - Com vista à maior eficácia do sistema previsto no número anterior, o Governo apoiará a constituição de listas comuns, nacionais ou sectoriais, da responsabilidade das associações representativas dos sectores interessados ou de operadores de telecomunicações.

5 - Os titulares de listas de endereços utilizadas para efeitos de mala directa devem mantê-las actualizadas, eliminando trimestralmente os nomes constantes da lista referida no número anterior.

6 - Os prestadores de serviços postais não podem ser considerados co-autores para efeitos do disposto no n.º 1 nem se consideram abrangidos pelo dever consagrado no n.º 3, excepto quando eles próprios promovam o envio de publicidade para o domicílio.

Artigo 5.º

Publicidade por telefone e telecópia

1 - É proibida a publicidade por telefone, com utilização de sistemas automáticos com mensagens vocais pré-gravadas, e a publicidade por telecópia, salvo quando o destinatário a autorize antes do estabelecimento da comunicação, nos termos do artigo 12.º da Lei n.º 69/98, de 28 de Outubro.

2 - As pessoas que não desejarem receber publicidade por telefone podem inscrever o número de telefone de assinante de que são titulares numa lista própria, a criar nos termos dos números seguintes.

3 - As entidades que promovam a publicidade por telefone manterão, por si ou por organismos que as representem, uma lista das pessoas que manifestem o desejo de não receber essa publicidade, lista essa que deverá ser actualizada trimestralmente.

4 - É proibida qualquer publicidade por chamada telefónica para os postos com os números constantes da lista referida nos números anteriores.

5 - Os prestadores do serviço de telefone não podem ser considerados co-autores para efeitos do disposto nos n.os 1 e 4 nem se consideram abrangidos pelo dever consagrado no n.º 3, excepto quando eles próprios promovam a publicidade por telefone.

Artigo 6.º

Protecção dos dados pessoais

Os dados constantes das listas de pessoas referidas nos artigos 4.º e 5.º gozam de protecção, nos termos da Lei n.º 67/98, de 26 de Outubro. Artigo 7.º Exclusão O disposto nos artigos anteriores não se aplica:

- a) À publicidade entregue no mesmo invólucro conjuntamente com outra correspondência;
- b) À publicidade dirigida a profissionais;
- c) Quando existam relações duradouras entre anunciante e destinatário, resultantes do fornecimento de bens ou serviços.

Artigo 8.º

Sanções

1 - Constitui contra-ordenação, punível com coima de 200 000\$00 a 500 000\$00 ou de 400 000\$00 a 6 000 000\$00, consoante se trate, respectivamente, de pessoas singulares ou de pessoas colectivas, a infracção ao disposto nos artigos 2.º, 3.º, 4.º e 5.º, n.º 1, 3 e 4.

2 - Podem ainda ser aplicadas as sanções acessórias previstas no artigo 35.º do Código da Publicidade.

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

4 - É aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no artigo 36.º do Código da Publicidade.

Artigo 9.º

Fiscalização de processos e divulgação da lei

1 - A fiscalização do cumprimento do disposto no presente diploma e a instrução dos respectivos processos de contra-ordenação competem ao Instituto do Consumidor.

2 - O Instituto do Consumidor, em colaboração com os organismos representativos das entidades que promovam o envio de publicidade para o domicílio ou a publicidade por telefone, realizará acções de divulgação dos direitos conferidos aos cidadãos pela presente lei e demais disposições aplicáveis, incluindo a informação sobre as entidades junto das quais devem ser depositadas as manifestações de vontade de não receber publicidade e o procedimento adequado para exprimir a objecção.

3 - O Instituto do Consumidor editará e porá à disposição do público, designadamente através das entidades prestadoras de serviços postais, dísticos que exprimam de forma clara e inequívoca objecção à recepção de publicidade.

Artigo 10.º

Aplicação de sanções

1 - A aplicação das coimas previstas no presente diploma compete à comissão de aplicação de coimas em matéria de publicidade, prevista no artigo 39.º do Código da Publicidade.

2 - A aplicação das sanções acessórias previstas na presente lei compete ao membro do Governo que tenha a seu cargo a tutela da protecção do consumidor, salvo no caso da sanção acessória prevista na alínea a) do n.º 1 do artigo 35.º do Código da Publicidade, que compete à comissão de aplicação de coimas em matéria de publicidade.

Artigo 11.º

Receitas das coimas

As receitas das coimas revertem em 40% para o Instituto do Consumidor e em 60% para o Estado.

Aprovada em 17 de Dezembro de 1998.

O Presidente da Assembleia da República, António de Almeida Santos.

Promulgada em 11 de Janeiro de 1999.

Publique-se.

O Presidente da República, JORGE SAMPAIO.

Referendada em 25 de Janeiro de 1999.

O Primeiro-Ministro, António Manuel de Oliveira Guterres.