

NOTA INFORMATIVA

DIREITO DO CONSUMIDOR

PLMJ

AMPEREIRA, SÁRAGGA LEAL, OLIVEIRA MARTINS, JÚDICE E ASSOCIADOS
SOCIEDADE DE ADVOGADOS, RL

REFORÇO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

No passado dia 10 de Março de 2009, foram publicados, no Diário da República n.º 48 (1.ª Série), dois diplomas relativos à protecção do consumidor no âmbito da Sociedade da Informação: o Decreto-Lei n.º 62/2009 e o Decreto-Lei n.º 63/2009.

O Decreto-Lei n.º 62/2009 procede à alteração do Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de Janeiro, o qual regula, entre outras matérias, o envio de comunicações, para fins de marketing directo, aos destinatários, sem que tenha havido qualquer solicitação por parte destes.

A presente alteração, que entrará em vigor no dia 30 de Maio de 2009, reporta-se apenas a uma disposição do Diploma original – o artigo 22.º (intitulado “Comunicações não solicitadas”) –, visando conferir uma protecção mais efectiva e intensa ao consumidor, através do reforço da privacidade dos seus dados pessoais e consequente minimização da invasão da sua vida privada.

O cerne desta alteração materializa-se na competência agora atribuída à Direcção-Geral do Consumidor (“DGC”) para criar uma lista, de âmbito nacional, que inclua todas as pessoas que manifestem o desejo de não receber quaisquer comunicações publicitárias, e que deve ser actualizada trimestralmente. De forma a verem os seus nomes incluídos na lista, os interessados só terão que preencher um formulário electrónico, que será brevemente disponibilizado na página electrónica da DGC.

Não obstante a criação desta lista nacional, mantém-se a obrigação de as entidades que promovam o envio de comunicações publicitárias não solicitadas terem as suas próprias listas (e actualizadas) – apesar de poderem cumprir esta obrigação através de organismos que as representem, como sucede actualmente, por exemplo, com os associados ou contratantes da AMD – Associação Portuguesa de Marketing Directo, que disponibiliza uma lista de oposição (lista *Robinson*).

Assim, com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 62/2009, passarão a coexistir as listas “individuais” das entidades que realizam marketing directo com a lista nacional da responsabilidade da DGC.

Estas empresas têm a obrigação de consultar a lista nacional ora criada. Não obstante a fixação desta obrigação, o legislador não determinou a frequência mínima obrigatória dessa consulta, o que releva no contexto dos eventuais processos de contra-ordenação relativos à falta de consulta.

Por sua vez, o Decreto-Lei n.º 63/2009, veio estender as regras aplicáveis aos serviços de audiotexto e à sua publicidade aos vários serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagens (e.g., SMS e MMS), em nome da semelhança entre essas situações.

Efectivamente, é comum a mensagem publicitária ser a única fonte de informação acessível ao consumidor nos serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagem, publicidade essa que pode ser agressiva e dirigida a públicos-alvo vulneráveis, em função, por exemplo, da sua idade ou credulidade.

A forma de acesso a este tipo de serviços é realizada através do envio de uma mensagem para um número curto, o qual não corresponde a nenhum serviço do plano nacional de numeração. O contrato, ao qual o consumidor simplesmente adere, pode mesmo ser de prestação continuada, pelo que é importante explicar ao consumidor como é que é possível exercer a sua denúncia.

O Decreto-Lei n.º 63/2009 define os serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagem como «os serviços da sociedade de informação prestados através de mensagem suportada em serviços de comunicações electrónicas que impliquem o pagamento pelo consumidor, de forma imediata ou diferida, de um valor adicional sobre o preço do serviço de comunicações electrónicas, como retribuição pela prestação do conteúdo transmitido, designadamente pelo serviço de informação, entretenimento ou outro».

Em traços gerais, este diploma importa as regras proteccionistas já vigentes nos serviços de audiotexto para os serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagens.

Assim, as normas regulam, pormenorizadamente, a obrigação dos prestadores darem informação detalhada relativa ao preço ao consumidor (ex: a obrigatoriedade de o prestador dar a informação relativa ao preço em caracteres iguais, em tipo e dimensão, aos utilizados para a divulgação do número de telefone da linha do serviço e, sendo uma mensagem publicitária transmitida pela televisão, a obrigação de a exibir durante todo o tempo em que decorre a mensagem publicitária; ou a obrigatoriedade de toda a comunicação que promover a prestação destes serviços identificar, de forma expressa e destacada, o seu carácter de comunicação comercial, afastando qualquer elemento que possa induzir o destinatário a pensar tratar-se de uma mensagem pessoal), ou as limitações no acesso ao serviço (através do seu barramento), ou as restrições à publicidade (designadamente, perante menores ou relativa a serviços de cariz sexual), passam a aplicar-se, a partir do dia 10 de Abril de 2009, também aos serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagens.

Lisboa, 26 de Março de 2009

“Melhor Sociedade de Advogados no serviço ao Cliente” - Client Choice - International Law Office, 2008

“Sociedade de Advogados Portuguesa do Ano” - IFLR Awards 2006 & Who’s Who Legal Awards 2006, 2008

A presente Nota Informativa destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas e a informação nela contida é prestada de forma geral e abstracta, não devendo servir de base para qualquer tomada de decisão sem assistência profissional qualificada e dirigida ao caso concreto. O conteúdo desta Nota Informativa não pode ser reproduzida, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização do editor. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre o assunto contacte Dr. Daniel Reis - tel.: (+351) 21 319 73 13; e-mail: dar@plmj.pt,

Escritórios Locais: Lisboa, Porto, Faro e Coimbra, Açores, Guimarães e Viseu (em parceria)

Escritórios Internacionais: Angola, Moçambique, Brasil e Macau (em parceria)

www.plmj.com