

Decreto-Lei n.º 175/99, de 21 de maio

Com as alterações introduzidas por: Decreto-Lei n.º 148/2001; Lei n.º 95/2001; Decreto-Lei n.º 63/2009.

Índice**– Ato**

- [Artigo 1.º](#) *Objecto e âmbito* **ALTERADO**
- [Artigo 2.º](#) *Publicidade* **ALTERADO**
- [Artigo 2.º-A](#) *Realização de concursos* **ALTERADO**
- [Artigo 3.º](#) *Contra-ordenações* **ALTERADO**
- [Artigo 4.º](#) *Fiscalização, instrução de processos e aplicação de coimas*
- [Artigo 5.º](#) *Sanções acessórias*
- [Artigo 6.º](#) *Entrada em vigor*

Decreto-Lei n.º 175/99**de 21 de maio****Regula a publicidade aos serviços de audiotexto**

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**Objecto e âmbito**

(em vigor a partir de: 2009-04-09)

1 - O presente diploma regula a publicidade a serviços de audiotexto e a serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagem.

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.

3 - São serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagem 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.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a [Decreto-Lei n.º 63/2009](#) - [Diário da República n.º 48/2009, Série I de 2009-03-10](#), em vigor a partir de 2009-04-09

Artigo 2.º**Publicidade**

(em vigor a partir de: 2009-04-09)

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 no Decreto-Lei n.º 177/99, de 21 de Maio, na

redacção que lhe foi dada pela Lei n.º 95/2001, de 20 de Agosto.

3 - É proibida a publicidade aos serviços abrangidos pelo presente decreto-lei dirigida a menores, 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.

7 - A informação relativa ao preço, a que se refere o n.º 2, é fornecida ao consumidor em caracteres iguais, em tipo e dimensão, aos utilizados para a divulgação do número de telefone da linha do serviço e, tratando-se de mensagem publicitária transmitida pela televisão, deve ser exibida durante todo o tempo em que decorre a mensagem publicitária.

8 - Qualquer comunicação que, directa ou indirectamente, vise promover a prestação de serviços abrangidos pelo presente decreto-lei deve identificar de forma expressa e destacada o seu carácter de comunicação comercial, abstendo-se de, designadamente, assumir teores, formas e conteúdos que possam induzir o destinatário a concluir tratar-se de uma mensagem de natureza pessoal.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a [Decreto-Lei n.º 63/2009 - Diário da República n.º 48/2009, Série I de 2009-03-10](#), em vigor a partir de 2009-04-09

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a [Decreto-Lei n.º 148/2001 - Diário da República n.º 105/2001, Série I-A de 2001-05-07](#), em vigor a partir de 2001-06-06

Artigo 2.º-A

Realização de concursos

(em vigor a partir de: 2009-04-09)

1 - O prestador de serviços abrangidos pelo presente decreto-lei que realize qualquer concurso através do sistema de audiotexto ou de serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagem deve informar o utilizador sobre todas as condições respeitantes à realização do mesmo.

2 - As regras relativas à realização do concurso não podem ser fornecidas ao utilizador através de uma rede de serviço de audiotexto ou de serviços de valor acrescentado baseados no envio de mensagem.

3 - A mensagem publicitária deve indicar, de forma clara e precisa, em caracteres facilmente legíveis, o meio através do qual o consumidor pode aceder às regras a que se refere o número anterior.

4 - Sem prejuízo da adopção de outros meios de efeito equivalente, as regras relativas à realização do concurso através do sistema de audiotexto são transmitidas ao consumidor através de uma linha de rede de telefone fixo, sujeita ao sistema tarifário em vigor, cujo número é divulgado na mensagem publicitária.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 1.º do/a [Decreto-Lei n.º 63/2009 - Diário da República n.º 48/2009, Série I de 2009-03-10](#), em vigor a partir de 2009-04-09

Aditado pelo/a Artigo 2.º do/a [Decreto-Lei n.º 148/2001 - Diário da República n.º 105/2001, Série I-A de 2001-05-07](#), em vigor a partir de 2001-06-06

Artigo 3.º

Contra-ordenações

1 - A violação do disposto no artigo 2.º do presente diploma constitui contra-ordenação punível com coima de 500000\$00 a 2000000\$00 e de 1500000\$00 a 10000000\$00, consoante tenha sido praticada por pessoa singular ou colectiva.

2 - A negligência é sempre punível.

LEGISLAÇÃO CONSOLIDADA

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.

Alterações

Alterado pelo/a Artigo 3.º do/a [Lei n.º 95/2001 - Diário da República n.º 192/2001, Série I-A de 2001-08-20](#), em vigor a partir de 2001-08-25

Alterado pelo/a Artigo 3.º do/a [Decreto-Lei n.º 148/2001 - Diário da República n.º 105/2001, Série I-A de 2001-05-07](#), em vigor a partir de 2001-06-06

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.

A versão consolidada não tem valor legal e não substitui a consulta dos atos que deram origem a esta consolidação.
