

Proc. nº 10051/2008

Parecer nº 44 /2008

1. O pedido

O Gabinete do Secretário de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor solicita à Comissão Nacional de Protecção de Dados (CNPD) parecer sobre um projecto de alteração ao Decreto-Lei nº 7/2004, de 7 de Janeiro, que transpõe para a ordem jurídica nacional a Directiva nº 2000/31/CE, relativa a certos aspectos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio electrónico, no mercado interno.

A CNPD dispõe de competência para a prática do acto solicitado nos termos da alínea a) do n.º 1 do artigo 23.º da Lei n.º 67/98, de 26 de Outubro.

2. Apreciação

A introdução daquele regime por via legislativa foi objecto de apreciação pela CNPD no seu parecer nº 40/2003, o que permitiu, desde logo, que o legislador tomasse conhecimento da opinião da Comissão antes da elaboração do referido diploma.

Vem agora o legislador visar a alteração ao citado Decreto-Lei nº 7/2004, de 7 de Janeiro, com a finalidade de criar uma lista onde as pessoas que não desejem receber comunicações não solicitadas se possam inscrever, de modo a facilitar o exercício do direito de oposição.

Ora, nos termos do disposto no artigo 12º da Lei de Protecção de Dados Pessoais (Lei nº 67/98), o direito de oposição reveste duas vertentes, a saber:

- a) Direito de o titular se opor, em qualquer altura, a que os dados que lhe digam respeito sejam objecto de tratamento, por razões justificadas;
- b) Direito de o titular se opor, a seu pedido e gratuitamente, ao tratamento de dados pessoais que lhe digam respeito, para efeitos de marketing directo ou qualquer outra forma de prospecção, ou de ser informado, antes de os dados pessoais serem comunicados serem comunicados pela primeira vez a terceiros para fins de marketing directo ou utilizados

por conta de terceiros, e de lhe ser expressamente facultado o direito de se opor, sem despesas, a tais comunicações ou utilizações.

O Decreto-Lei nº 7/2004, no âmbito dos serviços da sociedade de informação, regula, entre outros aspectos, as comunicações não solicitadas para fins de marketing directo, prevendo medidas de protecção contra a invasão da privacidade.

Recorde-se, a este propósito, que o preâmbulo daquele diploma oferece um parágrafo relativo ao objectivo da directiva transposta em matéria de regulação do que designa como comunicações comerciais. O legislador preferiu então falar de «comunicações publicitárias em rede», entendendo que é sempre e só a publicidade que está em causa.

Neste contexto, referiu-se à problemática das comunicações não solicitadas, considerando que a directiva “deixa em grande medida em aberto” o respectivo regime jurídico. Teve-se então em conta a circunstância de entretanto ter sido aprovada a Directiva n.º 2002/58/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de Julho de 2002, relativa ao tratamento de dados pessoais e à protecção da privacidade no sector das comunicações electrónicas (directiva relativa à privacidade e às comunicações electrónicas), que então aguardava transposição. O artigo 13.º desta última directiva respeita a comunicações não solicitadas, estabelecendo que as comunicações para fins de marketing directo apenas podem ser autorizadas em relação a destinatários que tenham dado o seu consentimento prévio.

Assim, o legislador optou por consagrar em regime inspirado no aí estabelecido e, nessa medida, o Decreto-Lei nº 7/2004, mormente no seu artigo 22º, também representa a transposição parcial dessa directiva no que respeita ao artigo 13.º (comunicações não solicitadas).

Agora, vem o projecto de alteração ao artigo 22º do mencionado Decreto-Lei acrescentar três novos números a esta disposição, consagrando uma competência para a Direcção-Geral do Consumidor (DGC) no sentido de “organizar e manter actualizada uma lista de âmbito nacional de pessoas que manifestem o desejo genérico de não receber quaisquer comunicações comerciais” (novo nº 8).

A inserção nesta lista é efectuada pelos interessados através de formulário electrónico disponibilizado através da página da DGC na internet (novo nº 9).

Todas as entidades que promovam o envio de mensagens para fins de marketing directo são obrigadas a consultar a lista, a qual será actualizada trimestralmente pela DGC e disponibilizada por esta entidade a pedido dos interessados (novo nº 10).

Refira-se que a violação desta obrigação legal incorre na previsão já contida no artigo 37º, nº1 – alínea b), constituindo uma contra-ordenação sancionável com coima de 2500 euros a 50 000 euros.

Como fundamento para a alteração em apreço, o legislador invoca a utilização massiva das tecnologias de informação e comunicação (telefones móveis, SMS, MMS, correio electrónico) como “veículos atractivos de transmissão de mensagens publicitárias, permitindo aos anunciantes chegar a um elevado número de consumidores, a um custo reduzido”.

Dado que a obrigatoriedade de obtenção de consentimento prévio do destinatário para o envio de mensagens para fins de marketing já se encontra prevista, tal como acontece em relação à manutenção, pelas empresas ou associações que representem os anunciantes, de listas de pessoas que manifestem o desejo de não receber aquele tipo de comunicações, o legislador vem agora incumbir a DGC de organizar e manter permanentemente actualizada uma lista de âmbito nacional. Esta iniciativa é de saudar, uma vez que as listas até agora existente se têm revelado insuficientes para garantir o pleno respeito pelo direito de oposição dos titulares dos dados, dado a natureza parcelar que as tem caracterizado.

3. Conclusão

Face ao exposto, cumpre salientar o rigor do projecto de alteração no que concerne à matéria de protecção de dados, facilitando o exercício do direito de oposição e preservando assim a privacidade dos cidadãos, nos termos do artigo 12º da Lei nº 67/98, o qual merece, em consonância, a concordância desta Comissão.

Este é o Parecer da CNPD.

Lisboa, 28 de Novembro de 2008.

Ana Roque (Relatora), Carlos Campos Lobo, Helena António, Vasco Almeida,
Eduardo Campos, Luís Barroso



Luís Lingnau da Silveira (Presidente).