

Esta informação encontra-se publicada no sítio da Anacom na Internet em:

<http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=208563>

---

Deliberação de 8.11.2005

## DELIBERAÇÃO

### INCLUSÃO DE PUBLICIDADE E INFORMAÇÕES DE CARÁCTER UTILITÁRIO NAS LISTAS TELEFÓNICAS A DISPONIBILIZAR NO ÂMBITO DO SERVIÇO UNIVERSAL DE COMUNICAÇÕES

#### I. FACTOS:

Em 11.08.2004, a ONITELECOM – Infocomunicações, S.A. (ONI) solicitou a intervenção da ANACOM para que:

- 1) Fossem claramente definidos os elementos que devem constar nas páginas iniciais das “Páginas Brancas”;
- 2) Fosse ordenado à PTC que:
  - a. Deixasse de utilizar as listas telefónicas disponibilizadas no âmbito do serviço universal como suporte de publicidade de terceiras entidades;
  - b. Cessasse a utilização das listas telefónicas disponibilizadas no âmbito do serviço universal para publicitar os seus produtos e/ou serviços e se abstivesse de utilizar injustificadamente os seus logotipos ou mencionar serviços informativos que não fazem parte do serviço universal;

- c. Notificasse os operadores para que estes indicassem as informações relativas aos seus serviços que deverão constar das listas;
- d. Deixasse de utilizar as listas elaboradas em cumprimento das obrigações do SU para promover a distribuição de listas editadas por outras entidades, designadamente pelas Páginas Amarelas, S.A.

Considera a Oni que a decisão da ANACOM de 19.05.2004, que determinou a interdição de publicidade no serviço de informação de listas prestado através do número 118, deve ser aplicada também às listas impressas a disponibilizar em cumprimento do disposto no artigo 87º da Lei nº 5/2004, argumentando para o efeito que a decisão então proferida deve ser interpretada à luz de todo o conjunto do artigo 89º da Lei nº 5/2004 e como tal, não faz sentido proibir a inclusão de publicidade no serviço informativo telefónico e excluir desta proibição a lista impressa que contém a informação que lhe serve de base.

Considerando a necessidade de tomar posição relativamente à extensão da proibição de inclusão de publicidade nos termos ordenados pela determinação de 19.05.2004 às listas de assinantes disponibilizadas sob a forma impressa ou em formato electrónico bem como sobre o elenco das informações a incluir nas primeiras páginas das listas telefónicas, a ANACOM aprovou em 04.05.2005 um projecto de decisão em que admite a inclusão de publicidade nas referidas listas e fixou as informações de carácter utilitário que devem ser incluídas nas primeiras páginas das mesmas.

Nos termos e para os efeitos do disposto nos artigos 100º e 101º do Código do Procedimento Administrativo (CPA), o projecto foi notificado a todos os prestadores de serviços de comunicações electrónicas e, dados os reflexos da

medida proposta, remetido ao Instituto do Consumidor, DECO, FENACOOOP, UGC e ACOP para que estas entidades, querendo, se pronunciassem.

Analisadas as posições transmitidas por todas as entidades que se pronunciaram, considera a ANACOM que se justifica acolher algumas das propostas que foram apresentadas e de conformidade, efectuar adaptações destinadas a clarificar o âmbito e sentido da decisão, conforme evidencia o relatório que faz parte integrante da presente deliberação. Não obstante, mantém-se o sentido da decisão notificada, uma vez que não foram apresentadas razões de facto ou de direito que justifiquem a sua alteração.

## **II. ANÁLISE:**

### **A. Quanto à inclusão de publicidade:**

Não valem para as listas telefónicas disponibilizadas sob a forma impressa e em suporte electrónico os argumentos invocados na deliberação da ANACOM de 19.05.2004 para proibir a disponibilização de publicidade nos serviços de informações de listas prestados através do 118.

Como evidencia o projecto de decisão, tratam-se de duas prestações distintas.

Enquanto a lista de assinantes prevista nos artigos 87º e 89º da Lei nº 5/2004 é actualmente disponibilizada sem quaisquer encargos para os seus utilizadores, o serviço informativo disponibilizado através do 118 implica o pagamento de um valor por parte dos seus utilizadores.

Por outro lado, a consulta e obtenção de informações sobre os assinantes dos serviços telefónicos através da lista publicada no âmbito do SU não pressupõe nem depende da prévia sujeição a qualquer tipo de mensagem publicitária, enquanto que antes de 19.05.2004, a obtenção de informações através do

serviço de informações disponibilizado através do 118 estava dependente da prévia sujeição a mensagens publicitárias.

A diferente natureza dos suportes destas duas prestações não justifica, portanto, uma identidade de regimes.

Por isso, tendo presente que o serviço de listas brancas é susceptível de ser financiado no âmbito do SU, conclui-se que a publicitação, limitada, de serviços comerciais nas listas brancas poderá ter efeitos benéficos desde que garantida (i) a não descaracterização do serviço de listas brancas, (ii) a orientação dos preços para os custos, (iii) a não discriminação e (v) uma efectiva redução dos eventuais custos líquidos do SU.

A inclusão de publicidade nas listas do SU constitui, assim, uma solução susceptível de permitir, de forma adequada e eficiente, o financiamento do serviço de listas, prevenindo eventuais custos excessivos de exploração deste serviço sem prejudicar a acessibilidade dos preços, como prevê o nº 3 do artigo 86º da Lei nº 5/2004.

Perante o acima exposto, à semelhança do que já sucede noutros países europeus, conclui-se que não se justifica qualquer intervenção destinada a impedir a inclusão de publicidade nas listas impressas a disponibilizar no âmbito do SU. Como tal, a PTC, entidade responsável pela disponibilização das listas telefónicas em cumprimento das obrigações do SU, pode, se assim entender, incluir publicidade na lista que está adstrita a disponibilizar de forma impressa e em suporte electrónico.

Porém, a inclusão de publicidade na lista telefónica não pode implicar a descaracterização daquela prestação nem impedir que, de forma expedita e eficaz, os utilizadores das listas obtenham informações relativas aos assinantes dos serviços telefónicos que procuram, nem pode permitir que a PTC retire da

publicidade que inclui nas listas uma vantagem competitiva indevida, passível de constituir um factor de distorção da concorrência.

Assim, se por um lado a inexistência de informação disponível impede que a ANACOM defina quotas de publicidade a admitir nas listas, por outro lado não pode deixar de intervir para reduzir as distorções que a prestação deste serviço sejam passíveis de originar na concorrência. Considera por isso a ANACOM que a publicidade a incluir nas listas deve ser limitada nos termos que se passam a indicar:

- A publicidade a incluir na lista a disponibilizar em cumprimento das obrigações do SU deve estar circunscrita a um espaço delimitado no qual, como obriga a legislação aplicável à actividade publicitária (vd. artigo 8º do Código da Publicidade), conste uma menção expressa de que se trata de uma mensagem publicitária;
- Os vários prestadores de serviços de comunicações electrónicas devem beneficiar, nas mesmas condições, de idênticos espaços para anunciar e publicitar as condições de oferta e utilização do serviço que prestam, devendo para o efeito a PTC proceder à pública divulgação das condições de que depende a inclusão de publicidade em listas (envolvendo preços, prazos de apresentação dos pedidos de inclusão de publicidade, bem como todos os prazos e procedimentos para disponibilização de todos os elementos necessários à inclusão de publicidade nas listas), condições estas que ela própria deve observar caso pretenda inserir publicidade na lista do SU;
- O prestador do serviço universal deve comunicar à ANACOM as condições de que depende a inclusão de publicidade em listas.

A mesma ordem de razões é também determinante para que a ANACOM não intervenha para obstaculizar a elaboração e distribuição, conjunta, da lista do SU e do directório publicitário “Páginas Amarelas”.

Com efeito, não se identificam, no momento actual argumentos que justifiquem que seja ordenada a separação das listas – determinando-se que as *páginas brancas* e as *páginas amarelas* sejam objecto de publicações autónomas. Deve sim assegurar-se que os limites dos dois directórios sejam perfeitamente identificáveis, que o utilizador saiba onde começa e onde acaba a lista a disponibilizar em cumprimento das obrigações de serviço universal e quais são os limites do directório de anúncios, de modo a que apenas esteja sujeito a informação de natureza publicitária se essa for a sua vontade. Para os utilizadores, a publicação conjunta dos dois directórios claramente separados, perfeitamente delimitados e demarcada pela diferente cor do papel que é utilizada, também pode trazer alguns benefícios uma vez que no mesmo suporte é agregada informação de dois directórios. Desta forma, pode ser simplificado o processo de consulta da lista sem que o utilizador fique obrigatoriamente sujeito a informação de carácter publicitário.

Por último e de um ponto de vista meramente económico, a publicação conjunta das duas listas também pode trazer benefícios.

## **B. Elementos a constar das páginas iniciais das listas:**

Considerando que:

- a lista telefónica disponibilizada em cumprimento das obrigações do SU constitui um veículo privilegiado na transmissão de informação aos utilizadores finais;

- compete à ANACOM proteger os interesses dos consumidores e utilizadores do serviço universal, promover o seu esclarecimento e assegurar a divulgação de informações claras inerentes ao uso público das comunicações (cfr. alínea h) do nº 1 do artigo 6º dos Estatutos anexos ao Decreto-Lei nº 309/2001, de 7 de Dezembro e alínea d) do nº 4 do artigo 5º da Lei nº 5/2004);
- devem ser reduzidas ao mínimo as distorções de mercado originadas pela prossecução dos objectivos do SU;

A ANACOM entende necessário delimitar o elenco das informações que devem ser incluídas nas primeiras páginas das listas telefónicas disponibilizadas em cumprimento do disposto no artigo 87º da Lei nº 5/2004.

Assim, se por um lado importa assegurar a divulgação de informações de manifesto interesse para os consumidores e utilizadores de serviços de comunicações electrónicas, por outro lado a ANACOM deve garantir que o prestador do SU seja impedido de utilizar as listas como um veículo de promoção dos seus produtos e serviços juntamente com os serviços de manifesto interesse público como se de serviços de idêntica natureza se tratasse.

Com efeito, a disponibilização de informações de carácter utilitário nas listas a distribuir no âmbito do SU contribui para a transparência e clareza da divulgação de informações de interesse geral e, como tal, é de inquestionável utilidade, o que justifica que a sua inclusão naquele directório seja feita sem quaisquer encargos para as entidades que o solicitem, sem prejuízo, naturalmente, da possibilidade de a PTC, de forma fundamentada, vir a demonstrar o custo daquela inclusão e reflecti-lo nos custos líquidos do cumprimento desta obrigação do SU.

Em consonância com o que antes se concluiu, esta restrição não impede que as informações relativas a cada uma das ofertas disponibilizadas pela PTC e demais prestadores de serviços sejam divulgadas nos espaços reservados nas listas telefónicas para a inclusão de publicidade, mediante o pagamento das contrapartidas que como acima se prevê, devem ser fixadas de forma não discriminatória.

### **III. DECISÃO:**

Realizada a audiência prévia das entidades interessadas sobre o sentido da decisão a proferir, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM, no exercício das competências que lhe são conferidas pelas alíneas d), f) e h) do nº 1 do artigo 6º dos Estatutos anexos ao Decreto-Lei nº 309/2001, de 7 de Dezembro e pela alínea a) e c) do nº 1, alínea b) do nº 2 e a) e d) do nº 4 do artigo 5º, nº 3 do artigo 86º e nº 5 do artigo 89º, todos da Lei nº 5/2004, de 10 de Fevereiro, determina, ao abrigo do disposto na alínea g) do artigo 9º dos seus Estatutos:

1. Não se opor a que a PT Comunicações, S.A., enquanto entidade responsável pela prestação do serviço de listas a disponibilizar no âmbito do serviço universal, inclua publicidade nas listas telefónicas, impressas ou em suporte electrónico disponibilizadas em cumprimento das obrigações do serviço universal, desde que assegure o cumprimento das seguintes condições:
  - i. A inclusão de publicidade nas listas telefónicas não pode conduzir à descaracterização da lista telefónica nem impedir que, de forma expedita e eficaz, os seus utilizadores obtenham informação sobre os assinantes dos serviços telefónicos;



- ii. A publicidade deve ser circunscrita a um espaço delimitado e claramente identificado como espaço reservado a informação de carácter publicitário, mediante a inclusão no início da página onde a mesma se insere da palavra “PUBLICIDADE”;
  - iii. A PT Comunicações, S.A. deve anunciar e manter à disposição dos interessados, com uma antecedência não inferior a três meses sobre a data de encerramento da campanha de vendas, informação sobre as condições de que depende a inclusão de publicidade nas listas, envolvendo preços, bem como os prazos e procedimentos a desenvolver para o efeito, condições estas que, na data em que forem disponibilizadas, deve remeter, também, para conhecimento da ANACOM;
  - iv. As condições referidas no número anterior são também aplicáveis à PT Comunicações, S.A. bem como a todas as demais empresas que integram o Grupo PT;
  - v. A PT Comunicações, S.A. deve garantir que todos os prestadores de serviços de comunicações electrónicas beneficiem, em igualdade de circunstâncias, de idênticos espaços para anunciar e publicitar as condições de oferta e utilização do serviço que prestam.
2. Nas primeiras páginas da lista prevista no artigo 89º da Lei nº 5/2004 devem ser incluídas, de forma separada e autonomizada dos espaços reservados à publicidade, as seguintes informações de carácter utilitário como tal, também, claramente identificadas:

- i.** números de contacto para os serviços de urgência, abrangendo, designadamente, o número nacional de socorro – 112, os números de SOS intoxicações, de urgência de Hospitais, do Centro de Busca e Salvamento Marítimo, dos Bombeiros, das urgências da Cruz Vermelha Portuguesa, da Polícia, da Protecção à Floresta, da Linha Nacional de Emergência Social, independentemente do prestador de serviços de comunicações electrónicas em que este se suporta, bem como os respectivos custos das comunicações;
  - ii.** números de contacto para os serviços de aconselhamento e apoio de utilidade pública, abrangendo, designadamente, os números de contacto para a Associação de Apoio à Vitima, a Comissão para a Igualdade e para o Direito das Mulheres, as Linhas Cidadão / Idoso / Deficiente / Vida / Criança / Sida / Cancro, independentemente do prestador de serviços de comunicações electrónicas em que este se suporta, bem como os respectivos custos das comunicações;
  - iii.** identificação e números de telefone do serviço de apoio ao cliente e de informações de cada um dos prestadores de serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público que o solicitem, com indicação dos custos das comunicações para esses serviços, bem como indicação dos “sites” da cada um dos referidos prestadores;
  - iv.** indicativos nacionais e internacionais.
- 3.** Para que seja assegurada a inclusão das informações previstas em 2. iii nas listas a disponibilizar a partir de 2006, os prestadores de serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público devem comunicar à PT

Comunicações, S.A. os dados que pretendem incluir nas páginas iniciais das listas até 25 de Novembro de 2005.

4. Os projectos de páginas com as informações previstas em 2. devem ser comunicadas à ANACOM com uma antecedência mínima de 20 dias úteis relativamente à data de fecho da edição a que respeitam, entendida esta como a data a partir da qual já não podem ser realizadas quaisquer alterações ao conteúdo da lista.
5. As informações indicadas em 2. i) a iii) devem ser incluídas na lista de forma não discriminatória e sem quaisquer encargos para as entidades anunciantes.
6. Nos casos em que proceda à edição da lista a disponibilizar em cumprimento das obrigações do Serviço Universal de Comunicações juntamente com directórios de natureza publicitária – *páginas amarelas* -, a PT Comunicações, S.A. deve assegurar que os dois directórios estão claramente identificados e demarcados, quer pela diferente cor do papel que lhes serve de suporte, quer pela existência de separadores que indiquem de forma clara onde tem início e termina cada edição.