

## **LEY QUE REGULA EL ENVÍO DE CORREOS ELECTRÓNICOS COMERCIALES NO SOLICITADOS (SPAM)**

**CONSIDERANDO PRIMERO:** Que es función del Estado proteger y garantizar el goce de las prerrogativas constitucionales, con el auxilio de medidas administrativas y disposiciones legales adecuadas;

**CONSIDERANDO SEGUNDO:** Que la preparación del país para los desafíos de las tecnologías requieren de la actualización urgente de los instrumentos legales e institucionales para la defensa de los derechos de la población;

**CONSIDERANDO TERCERO:** Que es necesaria la creación de un marco legal en el que los usuarios de correos electrónicos tengan real y efectiva protección antes de la recepción de mensajes comerciales no solicitados;

**CONSIDERANDO CUARTO:** Que los correos electrónicos comerciales no solicitados representan actualmente más del 60% de los mensajes electrónicos que circulan en la Internet;

**CONSIDERANDO QUINTO:** Que el correo electrónico no deseado erosiona la confianza de los usuarios de estos métodos electrónicos tecnológicos, quienes interpretan la recepción de este tipo de mensaje como una amenaza a la privacidad personal;

**CONSIDERANDO SEXTO:** Que la táctica mercadológica de envío de correos electrónicos comerciales aumenta su proporción, difusión y distribución ampliamente, convirtiéndose en un importante medio de publicidad;

**CONSIDERANDO SÉPTIMO:** Que los correos electrónicos constituyen un patrimonio personal y privado.

**VISTA:** La Constitución de la República.

**VISTA:** La Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No.479-08, del 11 de diciembre de 2008, y sus modificaciones.

**VISTA:** La Ley No.42-08, del 16 de enero de 2008, sobre la Defensa de la Competencia.

**VISTA:** La Ley No.53-07, del 23 de abril de 2007, sobre Crímenes y Delitos de Alta Tecnología.

**VISTA:** La Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, del 9 de septiembre de 2005.

**VISTA:** La Ley No.136-03, del 7 de agosto de 2003, que crea el Código para el Sistema de Protección y los Derechos Fundamentales de Niños, Niñas y Adolescentes.

**VISTA:** La Ley No.126-02, del 4 de septiembre de 2002, sobre el Comercio Electrónico, Documentos y Firmas Digitales.

**VISTA:** La Ley General de Electricidad, No.125-01, del 26 de julio de 2001.

**VISTA:** La Ley No.20-00, del 8 de mayo de 2000, sobre Propiedad Industrial.

**VISTA:** La Ley No.6132, del 15 diciembre de 1962, de Expresión y Difusión del Pensamiento.

## **HA DADO LA SIGUIENTE LEY:**

### **CAPÍTULO I**

#### **DEL OBJETO, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y DEFINICIONES**

**Artículo 1.- Objeto.** Esta ley tiene como objeto regular el envío de comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas, realizadas vía correos electrónicos, sin perjuicio de las disposiciones vigentes en materia comercial sobre publicidad y protección al consumidor.

**Artículo 2.- Ámbito de Aplicación.** El ámbito de aplicación de esta ley es en todo el territorio nacional.

**Artículo 3.- Definiciones.** Para los fines de esta ley se entiende por:

- 1) **Campo del asunto.** Es el área que contiene una breve descripción del contenido del mensaje;
- 2) **Comunicaciones comerciales no solicitadas y/o Spam.** Es todo mensaje de datos enviado a un número indiscriminado de personas, sin su debida autorización, dirigido a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional;
- 3) **Consentimiento del interesado.** Toda manifestación de voluntad, libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el envío de comunicaciones comerciales;
- 4) **Destinatario.** La persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a ese mensaje. A los fines de la presente ley, si un destinatario tiene una o más direcciones electrónicas adicionales a la dirección a la cual le fue enviado el mensaje, el destinatario deberá ser tratado como un destinatario distinto a cada una de sus direcciones;
- 5) **Enviar.** Este término, cuando es utilizado respecto a una comunicación comercial, significa originar o transmitir tal mensaje;
- 6) **Información de cabecera.** Es la fuente, destino y ruta de la información adjunta en un mensaje de datos, incluyendo el nombre de dominio de origen y la dirección electrónica de origen y toda otra información que aparezca en la línea identificadora, que permita de manera fehaciente el origen real y el camino seguido por el correspondiente mensaje de datos;
- 7) **Iniciador.** Toda persona que, al tenor de un mensaje de datos, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado, para enviar o generar dicho mensaje antes de ser archivado, si este es el caso, pero que no lo haya hecho a título de intermediario con respecto a ese mensaje;
- 8) **Intermediario.** Toda persona que, en relación con un determinado mensaje de datos, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él;
- 9) **Mensajes de datos.** La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex, el telefax, el Servicio de Mensajes Cortos (SMS) o el Servicio de Mensajes Multimedia (MMS);

10) **Nombre de dominio.** Se entiende por este término a una forma simple de dirección de Internet que se encuentra formado por un conjunto de caracteres alfanuméricos (letras, números y otros caracteres) y que es utilizado para localizar de una manera sencilla los sitios en Internet, debido a que éste puede ser asociado a la identidad de una persona, organización, empresa, idea, grupo, o a algún otro concepto. Se entiende que el nombre de dominio ha sido asignado por autoridades competentes encargadas de otorgar dichas denominaciones;

11) **Proveedores de servicios.** Toda entidad pública o privada que ofrezca a los usuarios de sus servicios la posibilidad de enviar datos informáticos a través de un sistema informático. Se entenderá también como proveedor de servicios cualquier otra entidad que procese o almacene datos informáticos para dicho servicio de comunicación o para los usuarios del mismo;

12) **Servicios de mensajes escritos en dispositivos móviles.** Comprende el servicio que permite enviar y recibir mensajes de texto a través de los sistemas SMS (*Short Messages Services* -Servicios de Mensajes Cortos) o WAP (*Wireless Access Protocol*-Protocolo de Acceso Móvil), y enviar o recibir imágenes mediante el uso de tecnologías MMS (*Multimedia Messages Services* - Servicios de Mensajes Multimedia) o los que pudieran surgir en el futuro, desde un dispositivo móvil o un sitio de Internet hacia otro dispositivo móvil o de un correo electrónico hacia otra dirección de correo electrónico. Esta definición no excluye cualquier otro dispositivo móvil tecnológicamente apto para recibir mensajes de datos en general, y

13) **Sistema informático.** Dispositivo o conjunto de dispositivos relacionados, conectados o no, que incluyen computadoras u otros componentes como mecanismos de entrada, salida, transferencia y almacenaje, además de circuitos de comunicación de datos y sistemas operativos, programas y datos, para el procesamiento y transmisión automatizada de datos.

## CAPÍTULO II

### DEL ENVÍO DE COMUNICACIONES COMERCIALES

**Artículo 4.- Condiciones de las comunicaciones comerciales.** Toda comunicación comercial electrónica debe contener el señalamiento “publicidad” en el campo del asunto de cada mensaje.

**Párrafo I.-** Si el contenido de la comunicación tiene relación con la venta o distribución de bienes o servicios de contenido sexual, que sólo deben ser leídos o adquiridos por mayores de edad, se incluirá la frase “publicidad para adultos”.

**Párrafo II.-** Los textos deben figurar de manera clara, legible, sin errores ni defectos ortográficos y sin la inclusión de caracteres ajenos a los mismos.

**Artículo. 5.- Requisitos para el envío de comunicaciones comerciales.** La comunicación comercial electrónica remitida desde una dirección de correo electrónico, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Nombre o razón social, domicilio completo y dirección de correo electrónico del iniciador de la comunicación;
- 2) Que exista coincidencia entre el titular de la referida dirección de correo electrónico o los mecanismos basados en Internet y el iniciador de la comunicación;
- 3) La inclusión de una dirección de correo electrónico válida y activa de respuesta para que el receptor pueda enviar un mensaje para notificar su voluntad de no recibir más comunicaciones comerciales o la inclusión de otros mecanismos basados en Internet que permita al destinatario manifestar su voluntad de no recibir comunicaciones adicionales;
- 4) Que los mecanismos de respuesta implementados se encuentren operativos y en plena capacidad de recibir la notificación de los destinatarios de no recibir comunicaciones comerciales como mínimo dentro de los dos (2) días hábiles siguientes luego de enviado el mensaje.

**Artículo 6. Requisitos para el envío de comunicaciones desde el móvil.** Cuando la comunicación comercial electrónicas remitidas a través de un servicio de mensajes escritos en dispositivos móviles, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Nombre o razón social y número del iniciador de la comunicación;
- 2) La inclusión de un número de teléfono válido y activo o de una dirección de correo electrónico válida y activa de respuesta para que el destinatario pueda enviar un mensaje para notificar su voluntad de no recibir más comunicaciones comerciales o la inclusión de otros mecanismos basados en Internet que permita al destinatario manifestar su voluntad de no recibir comunicaciones adicionales;

3) Los mecanismos de respuesta implementados deben encontrarse operativos y en plena capacidad de recibir la notificación de los destinatarios de no recibir comunicaciones comerciales como mínimo dentro de los dos (2) días hábiles siguientes luego de enviado el mensaje.

### **CAPÍTULO III DE LAS PROHIBICIONES Y EXCEPCIONES**

**Artículo 7.- Prohibición de envío de comunicaciones comerciales no solicitadas o Spam.** Queda prohibida la remisión, directa o indirecta, de comunicaciones comerciales cuya recepción no haya sido solicitada o consentida por el interesado receptor de la misma.

**Artículo 8.- Excepciones al envío de comunicaciones comerciales no solicitadas.** El envío de comunicaciones comerciales no solicitadas no dará lugar a las acciones y sanciones previstas en la presente ley en los siguientes casos:

- 1) Cuando el destinatario tenga o haya tenido relación comercial previa con el iniciador de la comunicación y no haya mediado una notificación en la cual exprese su deseo de no continuar recibiendo dichas comunicaciones mediante los mecanismos descritos por esta ley;
- 2) Cuando el destinatario hubiese manifestado su consentimiento o autorización para recibir la comunicación.

**Artículo 9.- Comunicaciones comerciales consideradas ilegales.** Las comunicaciones comerciales son consideradas ilegales, dando lugar a las acciones y sanciones que esta ley establece cuando:

- 1) Se remita, directa o indirectamente sin haber sido solicitada o consentida expresamente por el interesado receptor de la misma;
- 2) Contenga información falsa o engañosa en el campo del asunto, que no coincida con el contenido del mensaje. Esta información incluye toda información de cabecera, según lo dispone el numeral 6), del artículo 3, de esta ley;

3) Imposibilite o entorpezca los esfuerzos del destinatario, de los proveedores de servicios o de las autoridades del Estado, para identificar, localizar o responder a la persona que inició o emitió la comunicación comercial, o de investigar la presunta violación de esta ley;

4) Se envíe o transmita después de pasados cinco (5) días calendarios desde que el destinatario haya formulado el pedido para que no se envíe dicha publicidad.

#### **CAPÍTULO IV DE LOS DERECHOS**

**Artículo 10.- Derechos de los destinatarios.** Son derechos de los destinatarios los siguientes:

1) No recibir comunicaciones comerciales no solicitadas;

2) Rechazar de forma expresa la recepción de las comunicaciones comerciales no solicitadas utilizando un mecanismo válido y activo de respuesta. El simple reenvío de la comunicación comercial al iniciador constituirá rechazo expreso;

3) Revocar en cualquier momento el consentimiento otorgado para la recepción de comunicaciones comerciales. El simple reenvío de la comunicación comercial al iniciador constituirá revocación expresa.

#### **CAPÍTULO V DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES**

**Artículo 11.- Resarcimiento por daños y perjuicios.** Toda persona que envíe o provoque el envío de comunicaciones comerciales en violación de esta ley será responsable de los daños y perjuicios que dicho envío cause. El destinatario de una comunicación comercial no solicitada podrá iniciar acción judicial por daños y perjuicios ante la jurisdicción competente de los juzgados ordinarios.

**Artículo 12.- Autoridad competente.** El Ministerio Público será el órgano encargado de velar por el fiel cumplimiento y ejecución de las disposiciones de esta ley y de cualquier otro aspecto concerniente a las comunicaciones comerciales electrónicas, con el auxilio del Departamento de Investigación de Crímenes y Delitos de Alta Tecnología (DICAT) de la Policía Nacional.

**Artículo 13.- Delitos informáticos.** Se consideran delitos informáticos e incurren en la pena de prisión de 6 meses a cinco años y multa de 1 a doscientos ( 200) salarios mínimos los que remitan comunicaciones comerciales que se consideren ilegales según el artículo 5 de esta ley, así como quienes cometan alguna de las siguientes infracciones:

- 1) Acceder a un sistema informático sin autorización e intencionalmente iniciar la transmisión de comunicaciones comerciales desde o a través de dicho sistema;
- 2) Acceder a un sistema informático para reenviar o retransmitir comunicaciones comerciales con la intención de engañar a los destinatarios sobre el origen de las mismas;
- 3) Falsificar el campo del asunto de un mensaje de datos que contenga una comunicación comercial e intencionalmente iniciar la transmisión del mismo;
- 4) Registrar y recolectar, fraudulenta o maliciosamente, usando información falsa, la identidad del registrante de una cuenta de correo electrónico o direcciones de correo electrónico de sitios de acceso público, tales como sitios de charla, directorios públicos, grupos receptores de noticias, servicios de perfiles en línea, redes sociales y cualquier otro medio masivo que agrupe direcciones electrónicas, o de un nombre de dominio e iniciar intencionalmente la transmisión de múltiples comunicaciones comerciales desde cualquier combinación de tales cuentas o dominios sin la autorización del titular del correo electrónico o del operador del sitio de acceso;
- 5) Ofrecer la venta de bases de datos con direcciones de correos electrónicos sin el consentimiento expreso de los propietarios de los mismos, con el objetivo de generar comunicaciones comerciales no solicitadas conforme a la presente ley.

**Párrafo.-**Se considerará como un agravante cuando la comisión de los hechos tipificados en el numeral 6), de este artículo corresponda a personas que tuvieren en guarda las direcciones de correo electrónico de clientes, adherentes o cualquier otra vinculación comercial y social, los cuales serán sancionados con el máximo de las penas establecidas en este artículo.

**Artículo.14.- Patrimonio de la persona.** Cuando el hecho haya sido cometido por los directores, administradores, gerentes, mandatarios, gestores o miembros de una o varias personas jurídicas, con los medios o recursos facilitados por la misma u obtenidos de ella con tal fin, de manera que el hecho resulte cumplido en su nombre, con la ayuda o en beneficio de la persona jurídica, le será aplicada solidariamente sobre el patrimonio de la persona jurídica y

sobre los patrimonios particulares de los directores, administradores, gerentes, mandatarios, gestores o miembros que hayan participado, las multas de uno (1) a doscientos (200) salarios mínimos.

**Artículo 15.- Acciones de los proveedores de servicio.** Todo proveedor de servicios que se considere afectado por alguna de las conductas ilegales descritas en esta ley o cuya política prohíba o restrinja el uso de sus sistemas e informáticos para iniciar el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas, puede independientemente de cualquier otra acción que se inicie en virtud de la ley, accionar civilmente ante la jurisdicción competente de los tribunales de derecho común, solicitando el resarcimiento en una cantidad que no será menor de la pérdida real monetaria incurrida por el proveedor de servicios como consecuencia de tales conductas; y los perjuicios derivados por:

- 1) La disminución del ancho de banda instalado;
- 2) La reducción en la capacidad de almacenamiento de sus servidores;
- 3) La sobrecarga en el funcionamiento de sus servidores de correo electrónico.

En toda acción instaurada conforme este artículo, el proveedor de servicios debe acreditar el hecho de que con anterioridad a la alegada violación se haya notificado de manera fehaciente al demandado respecto de su política comercial.

#### **DISPOSICIÓN FINAL**

**Único. Entrada en Vigencia.-** Esta ley entra en vigencia después de su promulgación y publicación según lo establecido en la Constitución de la República y transcurrido los plazos fijados en el Código Civil Dominicano.

**DADA** en la Sala de Sesiones del Senado, Palacio del Congreso Nacional, en Santo Domingo de Guzmán, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, a los once (11) días del mes de junio del año dos mil catorce (2014); años 171 de la Independencia y 151 de la Restauración.

**REINALDO PARED PÉREZ,**

Presidente.

**MANUEL DE JESÚS GÜICHARDO VARGAS,**

Secretario.

**MANUEL ANTONIO PAULA.**

Secretario.

m.s.

**LEY QUE REGULA EL ENVÍO DE CORREOS ELECTRÓNICOS COMERCIALES NO SOLICITADOS (SPAM).**