

Consumidores: novas regras da UE reprimem publicidade enganosa e práticas de venda agressivas

Apenas duas semanas antes do Natal, entram em vigor em toda a UE (12 de Dezembro de 2007) novas regras de grande envergadura para reprimir a publicidade enganosa e as práticas de venda agressivas – incluindo a proibição das falsas ofertas «grátis» e da publicidade na Internet dirigida às crianças (exortação directa) que recorre ao «poder de insistência». Estas restrições fazem parte de uma longa lista negra de expedientes que são proibidos pela nova directiva sobre práticas comerciais desleais (PCD) – que visa sobretudo uma dúzia de práticas «sujas» entre as mais abusivas, desde a publicidade-isco a sistemas em pirâmide, publi-reportagens e falsas alegações em matéria de capacidades curativas, utilizadas contra os consumidores. A directiva PCD reforça substancialmente as normas da UE em vigor sobre publicidade enganosa e estabelece novas normas contra práticas comerciais agressivas que abrangem o assédio, a coerção e a influência indevida. A directiva pretende aumentar a confiança do consumidor e das empresas no mercado único para que as pessoas possam beneficiar totalmente das compras transfronteiras. Até agora, apenas 14 Estados-Membros aplicaram a directiva. A Comissão intentou processos contra os Estados-Membros que ainda não adoptaram regras nacionais.

Meglana Kuneva, a Comissária responsável pela Defesa do Consumidor, declarou: «As práticas desleais defraudam os consumidores e distorcem os mercados competitivos. Não pode haver lugar no mercado único europeu para comerciantes que pressionam, intimidam ou enganam as pessoas, sobretudo no Natal, que é a altura do ano em que as pessoas fazem mais compras. Por isso a Europa está a assumir a liderança: estas regras encontram-se entre as mais rigorosas do mundo em matéria de vendas enganosas e sob pressão.»

As novas regras

A nova directiva comporta quatro elementos fundamentais:

- Uma cláusula geral: uma cláusula geral de grande alcance que define as práticas que são desleais e, como tal, proibidas.
- As práticas enganosas (acções e omissões) e as práticas agressivas – as duas principais categorias de práticas comerciais desleais – são definidas em pormenor.
- Salvaguardas para consumidores vulneráveis: a directiva contém disposições que visam impedir a exploração dos consumidores vulneráveis.
- Lista negra: uma extensa lista negra de práticas que são proibidas em todas as circunstâncias.

Doze práticas «sujas» – a lista negra

A lista negra indica mais de 30 expedientes que são considerados desleais em todas as circunstâncias. Inclui uma dúzia de expedientes «sujos» que são bem conhecidos por prejudicarem os consumidores:

- **1. Publicidade-isco:** aliciar o consumidor a comprar um produto de uma empresa, publicitando-o a um preço muito baixo sem dispor de existências suficientes.
- **2. Ofertas «grátis» falsas:** dar a impressão errónea de que se trata de ofertas gratuitas, descrevendo um produto como «grátis», «gratuito», «sem encargos» ou equivalente quando o consumidor tem de pagar mais do que o custo inevitável de responder à prática comercial e de ir buscar o produto ou pagar pela sua entrega.
- **3. Exortações directas às crianças:** incitá-las a comprarem os produtos publicitados com mensagens como o «Compra o livro já» ou a persuadirem com «poder de insistência» os pais ou outros adultos a comprarem-lhes os produtos publicitados. «Já saiu o novo vídeo “Alice e o livro mágico” da Fondi – diz à tua mãe para o comprar no quiosque mais próximo.» A exortação directa às crianças é proibida na televisão e a lista negra alarga-a a todos os meios de comunicação social, sobretudo à publicidade na Internet.
- **4. Alegações falsas sobre capacidades curativas** – desde alergias a perda de cabelo e perda de peso.
- **5. Publi-reportagens:** utilizar conteúdos editoriais nos meios de comunicação social para fazer a promoção de um produto, tendo sido o próprio operador comercial a financiar esta promoção sem o indicar claramente.
- **6. Sistemas em pirâmide:** um sistema de promoção em pirâmide em que a contrapartida decorre essencialmente da entrada de outros consumidores no sistema em vez da venda ou do consumo de produtos.
- **7. Obtenção de prémios:** dar a impressão errónea de que o consumidor ganhou um prémio quando não existe qualquer prémio ou quando o acto de reclamar o prémio ou a vantagem implica, para o consumidor, pagar um montante em dinheiro ou suportar um custo.
- **8. Impressão enganosa dos direitos do consumidor:** apresentar direitos do consumidor previstos na lei como uma característica distintiva do operador comercial.
- **9. Ofertas limitadas:** declarar falsamente que o produto estará disponível apenas durante um período muito limitado a fim de privar os consumidores do tempo suficiente para tomarem uma decisão informada
- **10. Língua do serviço pós-venda:** comprometer-se a fornecer um serviço de assistência pós-venda aos consumidores e assegurar este serviço apenas noutra língua, sem o ter anunciado de forma clara ao consumidor antes de este se ter comprometido em relação à transacção.
- **11. Fornecimento não solicitado:** exigir o pagamento imediato ou diferido ou a devolução ou a guarda de produtos fornecidos pelo operador comercial que o consumidor não tinha solicitado.
- **12. Garantias a nível europeu:** dar a impressão errónea de que o serviço pós-venda relativo ao produto está disponível noutra Estado-Membro distinto daquele em que o produto é vendido.

«Grátis» deveria significar grátis – um caso concreto

Em Setembro de 2007, o Sr. Folcini, em Itália, solicitou um novo endereço electrónico. Reparou numa pequena caixa na parte inferior do ecrã da Internet que oferecia 5 textos grátis por dia. Clicou e foi encaminhado para outra página que dizia «5 TEXTOS GRÁTIS POR DIA». Seguiu as instruções e um segundo texto informou-o de que estava registado e de que a tarifa a pagar pelo serviço era de três euros por semana. Regressou à página anterior e verificou que estava indicado em letras minúsculas que se tratava de um serviço pago.

Para mais informações consultar:

http://ec.europa.eu/consumers/rights/index_en.htm

http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_en.pdf