

## Recomendação da Direção-Geral do Consumidor dirigida aos operadores de comunicações eletrónicas

- O regime jurídico aplicável às práticas comerciais desleais (Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março – adiante RPCD) identifica como desleais as práticas comerciais definidas nos artigos 7.º, 8.º e 9.º (práticas comerciais desleais em especial), bem como qualquer prática comercial desconforme à diligência profissional, que distorça ou seja suscetível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico do consumidor seu destinatário ou que o afete relativamente a certo bem ou serviço (artigo 5.º, n.º 1 - prática comercial desleal em geral).
- Nos termos do artigo 7.º da RPCD é enganosa a prática comercial que contenha informações falsas ou que, mesmo sendo factualmente corretas, por qualquer razão, nomeadamente a sua apresentação geral, induza ou seja suscetível de induzir em erro o consumidor e, em ambos os casos, conduza ou seja suscetível de conduzir o consumidor a tomar uma decisão de aquisição de um produto ou de um serviço que não teria tomado de outro modo;
- Nos termos do artigo 9.º do mesmo regime constitui uma omissão enganosa a comunicação comercial que omita elementos essenciais à sua compreensão, ou mesmo que os inclua, os apresente de forma tardia, pouca clara ou ininteligível;
- O Código da Publicidade (Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro e subsequentes alterações) estabelece o princípio do respeito pelos direitos dos consumidores, onde se inclui o direito à informação;
- De acordo com o número 4 do artigo 7.º da Lei n.º 24/96, de 31 de julho, a Lei de Defesa do Consumidor, “(...) a publicidade deve ser lícita, inequivocamente identificada e respeitar a verdade e os direitos dos consumidores.”;
- Nos termos do número 1 do artigo 9.º da mesma Lei “O consumidor tem direito à proteção dos seus interesses económicos, impondo-se nas relações jurídicas de consumo a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa fé, nos preliminares, na formação e ainda na vigência dos contratos”.

A Direção-Geral do Consumidor recomenda aos operadores de comunicações eletrónicas o respeito pelos direitos dos consumidores consagrados na Constituição da República Portuguesa e na Lei, nomeadamente no tocante à informação que veiculam através das comunicações publicitárias.

**Ao abrigo do previsto na alínea c) do n.º 1 do artigo 4.º do Decreto Regulamentar n.º 38/2012, de 10 de abril, que aprovou a orgânica da Direção-Geral do Consumidor (adiante DGC), é formulada a seguinte recomendação:**

**Considerando que:**

- A Constituição da República Portuguesa estabelece que uma das incumbências prioritárias do Estado é “garantir a defesa dos interesses e os direitos dos consumidores”, nos termos do disposto no artigo 81.º, alínea i);
- A DGC tem por missão «contribuir para a elaboração, definição e execução da política de defesa do consumidor com o objetivo de assegurar um nível elevado de proteção», conforme o previsto no artigo 2.º, n.º 1 do Decreto-Regulamentar n.º 38/2012, de 10 de abril – diploma que aprovou a sua orgânica, reforçando as suas competências em matéria de publicidade, na medida em que atribuiu à DGC competência decisória e sancionatória nesta matéria;
- Cabe à DGC «acompanhar e fiscalizar a publicidade comercial e institucional procedendo à instrução e decisão dos correspondentes processos de contraordenação e aplicando coimas e sanções acessórias», em conformidade com o disposto na alínea j) do n.º 2 do artigo 2.º do referido diploma orgânico;
- Compete ao diretor-geral da DGC, sem prejuízo das competências conferidas por lei, «formular recomendações aos operadores económicos, sempre que tal se justifique, com o objetivo de proteger os interesses dos consumidores», de acordo com o estabelecido na alínea c) do n.º 1 do artigo 4.º do citado Decreto-Regulamentar n.º 38/2012;

**Tendo em conta que a DGC tomou conhecimento, através de ações de fiscalização e de reclamações dos consumidores, das seguintes práticas:**

- i) A ausência de informações essenciais nas mensagens publicitárias a pacotes de serviços de “TV+NET+VOZ”, as quais publicitam mensalidades atrativas mas omitindo na mensagem publicitária ou divulgando de forma pouco clara que os valores publicitados são temporários ou que a adesão ao serviço exige a permanência no contrato durante períodos que poderão ir até 24 meses;

- ii) A utilização das expressões “*tráfego ilimitado*” e/ou “*ilimitado*” nas mensagens publicitárias, apesar dos serviços se encontrarem sujeitos a restrições que não são descritas ou o são de forma pouco clara e que vêm contrariar aquelas expressões;

**Entende a Direção-Geral do Consumidor que estes comportamentos são suscetíveis de infringir as regras do regime jurídico da publicidade, bem como os direitos à informação e à proteção dos interesses económicos dos consumidores previstos na Lei de Defesa do Consumidor (artigos 7.º e 9.º).**

**Neste enquadramento, a Direção-Geral do Consumidor recomenda aos operadores de serviços de comunicações eletrónicas que:**

- i) **Respeitem** a legislação em vigor;
- ii) **Adotem** especial cuidado na comunicação com os consumidores, garantindo que as informações prestadas são claras, objetivas, adequadas e completas, contribuindo, assim, para uma correta formação da vontade negocial por parte dos consumidores;
- iii) **Incluam** nas mensagens publicitárias os elementos essenciais dos serviços publicitados, entre os quais se destacam as condições aplicáveis aos preços promocionais, bem como a existência de períodos de fidelização aplicáveis;
- iv) **Informem** de modo claro e destacado nas mensagens publicitárias quais os limites a que os utilizadores dos serviços estão sujeitos quando aplicáveis;
- v) **Emitam sempre um alerta** aos utilizadores que subscrevem serviços limitados a informá-los de que se estão a aproximar do limite máximo de *downloads* estipulado pelo prestador de serviços;

- vi) **Se abstenham** de utilizar a expressão “ilimitado” sempre que estejam em causa produtos e serviços aos quais se apliquem restrições e/ou sobre os quais existam “políticas de utilização razoável”, i.e., sempre que haja condições, cláusulas e políticas de utilização que limitem, seja de que forma for, o tempo de utilização e/ou a quantidade, e/ou a qualidade, e/ou a acessibilidade e/ou a velocidade do serviço.

Adicionalmente, a Direção-Geral **recomenda** que **revejam a política de utilização razoável/responsável**, tendo em consideração a crescente disponibilidade de conteúdos em alta definição que facultam uma grande variedade de produtos e serviços através da Internet, resultando numa utilização muito mais intensiva desses serviços.

**A Direção-Geral do Consumidor informa ainda que, no exercício das suas competências sancionatórias em matéria de publicidade, adotará as medidas necessárias para fazer cessar as práticas abusivas que sejam identificadas, designadamente através da instauração de processos de contraordenação, que poderão resultar na aplicação de coimas e de sanções acessórias.**

Lisboa, 30 de dezembro de 2013