

GUIA INFORMATIVO SOBRE REGRAS E BOAS PRÁTICAS NA COMUNICAÇÃO COMERCIAL NO MEIO DIGITAL

ENQUADRAMENTO

No passado dia 1 de abril a Direção Geral do Consumidor (DGC) publicou um guia que visa sensibilizar para o cumprimento da lei em matéria de publicidade e de proteção dos consumidores, assim como promover boas práticas na comunicação comercial no meio digital.

O documento surge como consequência do papel cada vez mais relevante que as redes sociais e os denominados influenciadores (mais conhecidos na expressão “*influencers*”) representam nas escolhas dos consumidores.

Apesar de não ter um carácter vinculativo, é recomendável a observância das boas práticas e recomendações previstas no Guia, na medida em que se trata de um documento elaborado e publicado pela entidade competente em matéria de defesa do consumidor.

DEFINIÇÕES

O Guia, composto por 11 (onze) páginas, começa por apresentar algumas definições já conhecidas como é o caso da definição de publicidade e outras que não encontram previsão em qualquer diploma legal, como é o caso da definição de influenciadores.

De acordo com o Guia um influenciador pode ser definido como uma *“pessoa ou personagem no meio digital que possui o potencial de influenciar os outros, independentemente do número de consumidores seus seguidores que acompanham as suas publicações. Influenciadores também são criadores de conteúdos digitais e uma fonte importante de informação e de influência para os consumidores que nestes confiam.”*

Briefing Comercial # 9

Abril de 2019

A IDENTIFICAÇÃO DA PUBLICIDADE

O Guia alerta para a importância de identificar de forma clara qualquer publicidade, realçando o princípio da identificabilidade previsto no Código da Publicidade, nos termos do qual a publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, qualquer que seja o meio de difusão utilizado.

Assim, sempre que exista uma relação comercial entre o influenciador e um anunciante, essa relação deve ser identificada de forma clara e inequívoca no início da publicação, pois só assim se garante que o consumidor percebe que está perante um conteúdo comercial e poderá ter em conta esse fator numa futura compra do produto ou serviço anunciado.

Como forma de boa prática na identificação, claramente adaptada ao meio digital, a DGC sugere que no início da publicação (e nunca no meio ou no final) se use a indicação “#PUB” ou “PUB”.

Adicionalmente, sempre que haja outro tipo de benefício associado à relação comercial, como, por exemplo, no caso de o influenciador estar a promover uma oferta, parceria ou patrocínio, a regra indicada no parágrafo anterior também se aplica, pelo que deverá haver uma identificação associada ao respetivo benefício, como “#OFERTA” ou “PARCERIA”.

PUBLICAÇÕES COM MENÇÃO AO CRÉDITO

A comunicação comercial relativa a crédito aos consumidores deve indicar obrigatoriamente um conjunto de elementos (em particular as indicações previstas no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 133/2009, de 2 de junho na sua versão atualizada) como é o caso da taxa anual de encargos efetiva global (TAEG) com um nível de destaque similar ao das características promovidas do crédito.

PUBLICAÇÕES COM MENÇÃO A SUPLEMENTOS ALIMENTARES

De acordo com o Guia, qualquer conteúdo que seja publicado e faça menção a alegações de saúde para promover suplementos alimentares deve respeitar as regras previstas no Regulamento (CE) 1924/2006 e no Decreto-Lei n.º 238/2015, de 14 de outubro.

Briefing Comercial # 9

Abril de 2019

PUBLICAÇÕES COM MENÇÃO A BEBIDAS ALCOÓLICAS

Adicionalmente, deve ser sempre mencionada e realçada a importância de um regime alimentar variado e equilibrado, bem como um estilo de vida saudável.

Qualquer publicação relativa a bebidas alcoólicas não pode encorajar consumos excessivos; menosprezar os não consumidores; sugerir o sucesso, êxito social ou especiais aptidões como resultado do consumo; sugerir a existência de propriedades terapêuticas ou de efeitos estimulantes ou sedativos; associar o consumo de bebidas alcoólicas ao exercício físico ou à condução de veículos; realçar o teor de álcool como uma qualidade positiva na bebida.

Como boa prática, a DGC recomenda que seja usada a expressão *“Seja responsável. Beba com moderação.”*.

Adicionalmente, é recomendada a observância do que se encontra previsto no artigo 17.º do Código da Publicidade, no qual se estão previstas algumas das orientações acima indicadas e onde se estabelecem outras regras importantes, como o facto de ser proibida a publicidade a bebidas alcoólicas, na televisão e na rádio, entre as 7 horas e as 22 horas e 30 minutos.

PUBLICAÇÕES DIRIGIDAS A MENORES

Um dos alvos mais visados pelas publicações nas redes sociais e que mais acompanham os influenciadores são os menores. Assim, o Guia destaca que as publicações dirigidas a menores não podem: incitar os menores, explorando a sua inexperiência, a adquirir um bem ou serviço; incitar os menores a persuadirem os seus pais ou terceiros a comprarem os produtos ou serviços publicitados; e conter elementos suscetíveis de colocar em perigo a integridade física ou moral dos menores.

O Guia salienta ainda que os menores só podem ser intervenientes principais em publicidade onde se verifique existir uma relação direta entre os menores e o produto ou serviço veiculado.

Briefing Comercial # 9

Abril de 2019

O seu nome e endereço eletrónico estão incorporados numa *mailing list* da titularidade da Vasconcelos, Arruda & Associados, para receber informação relativa às novidades jurídicas e jurisprudenciais, bem como informação relativa aos nossos seminários. Se não desejar receber a nossa correspondência responda a este e-mail indicando em epígrafe REMOVE.

Este documento contém informação genérica e não configura a prestação de assessoria jurídica que deve ser obtida para a resolução de casos concretos e não pode ser divulgado, copiado ou distribuído sem autorização prévia da Vasconcelos, Arruda & Associados.

Todas nossas Briefings podem ser consultadas em www.vaassociados.com

Para informação adicional, por favor contacte:

Duarte Vasconcelos - sócio responsável pelo Departamento de Direito Comercial, Societário e Financeiro
duarte.vasconcelos@vaassociados.com ou geral@vaassociados.com

Vasconcelos, Arruda & Associados – Sociedade de Advogados RL
NIF 510 122 507 - Rua Joshua Benoliel, n.º 6, 7-A - 1250 - 133 Lisboa
T: +351 218 299 340

E-mail: geral@vaassociados.com
www.vaassociados.com