

Exposição e Fundamentação Jurídica sobre o Concurso Publicitário “Dois às 10”

Exmos/as. Senhores/as,

Venho, por meio desta, expor e fundamentar juridicamente uma situação identificada no concurso publicitário “Dois às 10 – 3ª série”, promovido pela estação televisiva TVI e associado ao regulamento “Concurso Publicitário Nº 26/2024”, autorizado por S. Exa. o Senhor Presidente da Câmara Municipal de Oeiras.

A presente exposição destina-se a demonstrar, com base nos factos e na legislação portuguesa aplicável, como as práticas observadas neste concurso podem ser consideradas desleais, enganosas e contrárias aos princípios de boa-fé, exigindo, portanto, uma revisão imediata da sua execução.

Factos Observados

1. Jogo apresentado e perceção gerada:

Durante o concurso, é apresentado um jogo digital com 8 quadrados, transmitindo aos participantes a ideia de que a probabilidade de acerto está diretamente associada a esses 8 quadrados. A distribuição visual sugere:

- 2 quadrados sem prémio (25% de probabilidade).
- 2 quadrados com €250 (25% de probabilidade).
- 2 quadrados com €500 (25% de probabilidade).
- 1 quadrado com €750 (12,5% de probabilidade).
- 1 quadrado com o jackpot (12,5% de probabilidade).

2. Divergência com o regulamento oficial:

O regulamento oficial do concurso, disponível para consulta pública, apresenta probabilidades reais distintas:

- Sem prémio: 24,75%.
- €250: 25%.
- €500: 25%.
- €750: 25%.
- Jackpot: 0,25% (1 em 400).

3. Práticas comunicacionais enganosas:

Durante as transmissões, os apresentadores frequentemente fazem afirmações que reforçam a perceção enganosa sobre as probabilidades. Expressões como “O jackpot estava em X lugar” ou “Estava mesmo ao lado” consolidam a ideia de que as probabilidades decorrem exclusivamente dos 8 quadrados apresentados, omitindo a verdadeira probabilidade definida no regulamento.

4. Falta de transparência:

Em concursos anteriores de natureza semelhante, com elementos físicos (ex.: rotação de quadrados físicos), a localização do jackpot era evidenciada de forma clara e honesta. Contudo, no formato atual (digital), esta transparência foi eliminada, contribuindo para um cenário de má-fé e indução ao erro.

5. Informação incompleta:

O preço da chamada é partilhado ao telespectador como “1€ + IVA”, não estando claro qual é o preço final a pagar.

Enquadramento Jurídico

Artigo 11.º (Publicidade enganosa), Código da Publicidade (Lei n.º 30/2019, de 23/04):

“É proibida toda a publicidade que seja enganosa nos termos do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, relativo às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores.”

Artigo 4.º (Proibição), Práticas Comerciais Desleais (Lei n.º 10/2023, de 03/03):

“São proibidas as práticas comerciais desleais”

Artigo 5.º (Práticas comerciais desleais em geral), Práticas Comerciais Desleais (Lei n.º 10/2023, de 03/03):

“É desleal qualquer prática comercial desconforme à diligência profissional, que distorça ou seja susceptível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico do consumidor seu destinatário ou que afecte este relativamente a certo bem ou serviço.”

Artigo 6.º a) (Práticas comerciais desleais em especial), Práticas Comerciais Desleais (Lei n.º 10/2023, de 03/03):

“São desleais em especial:

a) As práticas comerciais susceptíveis de distorcer substancialmente o comportamento económico de um único grupo, claramente identificável, de consumidores particularmente vulneráveis, em razão da sua doença mental ou física, idade ou credulidade, à prática comercial ou ao bem ou serviço subjacentes, se o profissional pudesse razoavelmente ter previsto que a sua conduta era susceptível de provocar essa distorção;”

Ora, a apresentação visual dos quadrados e as declarações dos apresentadores induzem claramente o público em erro, levando-os a crer em probabilidades diferentes das definidas no regulamento. Para além disso, o público geral tem uma idade avançada e está mais suscetível a ser induzida em erro.

Artigo 8.º, Nº1 a), c) e d) (Direito à informação em particular), Lei de Defesa do Consumidor (Lei nº 24/96)

“O fornecedor de bens ou prestador de serviços deve, tanto na fase de negociações como na fase de celebração de um contrato, informar o consumidor de forma clara, objetiva e adequada, a não ser que essa informação resulte de forma clara e evidente do contexto (...):

a) As características principais dos bens ou serviços, tendo em conta o suporte utilizado para o efeito e considerando os bens ou serviços em causa;

c) Preço total dos bens ou serviços, incluindo os montantes das taxas e impostos, os encargos suplementares de transporte e as despesas de entrega e postais, quando for o caso;"

d) Modo de cálculo do preço, nos casos em que, devido à natureza do bem ou serviço, o preço não puder ser calculado antes da celebração do contrato;

O regulamento, embora disponível, não é comunicado de forma clara durante o programa, e a informação essencial sobre as reais probabilidades não é divulgada de forma transparente.

A apresentação do jogo e a omissão das probabilidades reais falseiam a perceção do participante, influenciando-o a tomar decisões económicas que não tomaria caso fosse devidamente informado.

A ausência de transparência e a comunicação enganosa por parte do programa configuram uma violação do princípio de boa fé, causando prejuízos diretos aos participantes.

Para além disso, não sendo impossível ou difícil calcular o preço final ao consumidor, a este deve ser acrescido o valor do IVA.

Conclusão e Recomendações

Com base nos factos e na legislação e factos apresentados, entende-se que:

1. A prática de omitir as verdadeiras probabilidades do concurso e apresentar uma perceção enganosa é contrária ao Código da Publicidade e à Lei de Defesa do Consumidor.
2. Recomenda-se a cessação imediata desta prática, com a introdução de mecanismos que assegurem total transparência, tais como:
 - Divulgação explícita das probabilidades reais no momento do jogo.
 - Ajuste da apresentação visual para refletir fielmente as probabilidades definidas no regulamento.
 - Proibição de declarações que reforcem perceções erradas sobre o resultado do jogo.

Solicito, assim, que esta situação seja analisada e que medidas adequadas sejam implementadas para garantir a conformidade do concurso com a legislação portuguesa, promovendo justiça e transparência para os consumidores.

Sem outro assunto de momento, agradeço a atenção dispensada.

Com os melhores cumprimentos,