

WEBINAR

Aprende a estar
legal no digital

01 de fevereiro 2025

Das 10h às 12h30



Mafalda & Miguel

A Mafalda e o Miguel partilham uma profunda paixão pelo Direito e pela defesa dos interesses dos seus clientes. Unidos, formam uma equipa empenhada em proteger direitos e encontrar soluções jurídicas com ética, humanidade e rigor.

Com mais de 7 anos de experiência, a Mafalda destaca-se pelo seu compromisso com cada causa, aliando a formação em Direito Laboral, Direito dos Contratos e da Empresa e Direito do Consumo aos valores de justiça, respeito e lealdade que orientam o seu trabalho.

O Miguel, com a mesma sólida formação em Direito Laboral, Direito dos Contratos e da Empresa e Direito do Consumo, alia paciência e confiança para criar soluções jurídicas inovadoras e alcançar os melhores resultados para os seus clientes.

Hoje, vamos abordar os seguintes tópicos:

01

Práticas comerciais desleais

02

Publicidade enganosa

03

Direitos de autor

04

Registo de marca

Com este webinar, vais proteger o teu negócio e elevar o teu nível de conhecimento e consciência!

**Há muitas dúvidas relativas
a este tema?**

O que são práticas comerciais desleais?

As práticas comerciais desleais são **estratégias ou comportamentos usados por empresas ou vendedores que enganam, pressionam ou prejudicam os consumidores.**

Estas práticas são **proibidas** porque criam desequilíbrios nas relações comerciais, violando a boa-fé e a transparência que devem existir entre empresas e consumidores.





Como é que são reguladas em Portugal?

Estas práticas estão reguladas pelo **Decreto-Lei n.º 57/2008**, que transpõe a Diretiva Europeia sobre Práticas Comerciais Desleais. Este **diploma proíbe comportamentos que prejudiquem a capacidade de decisão livre e informada do consumidor.**

Tipos de Práticas Comerciais Desleais



Práticas Enganosas

1. Informação falsa: Divulgar informações que não correspondem à realidade sobre um produto ou serviço, como características, preço ou benefícios.

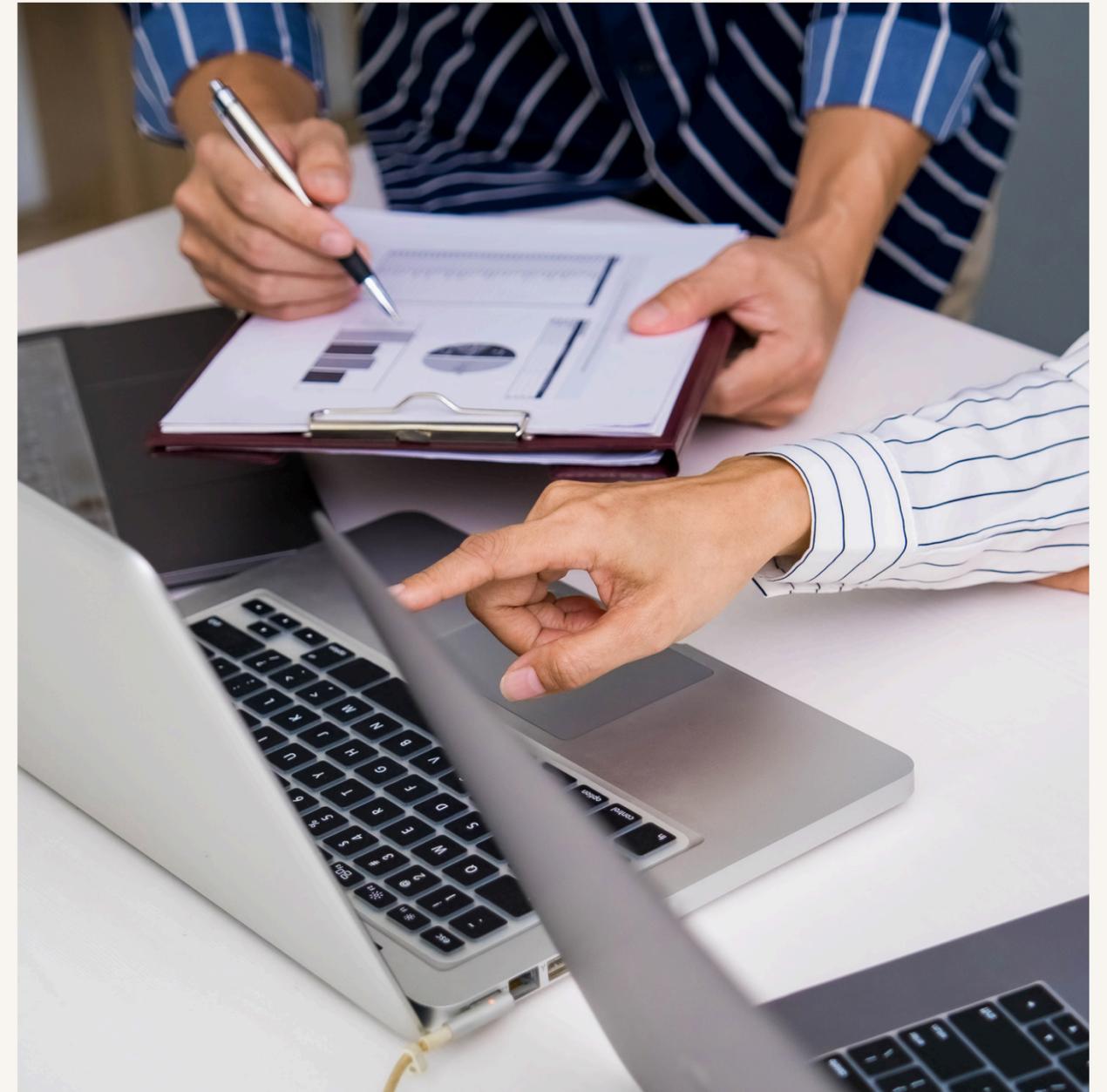
2. Omissões enganosas: Esconder ou omitir informações importantes, levando o consumidor a tomar uma decisão que não teria tomado se soubesse a verdade.

3. Falsa garantia de promoção: Afirmar que existe um desconto ou uma oferta especial quando isso não é verdade.



Práticas Agressivas

- 1. Coação ou intimidação:** Pressionar o consumidor a comprar algo através de ameaças, chantagem emocional ou outras formas de intimidação.
- 2. Insistência excessiva:** Contactar repetidamente o consumidor para o convencer a adquirir um produto ou serviço, mesmo após ele ter recusado.
- 3. Venda sob pressão:** Criar um ambiente em que o consumidor sente que tem de comprar rapidamente, como promoções “só para hoje” que não são reais.





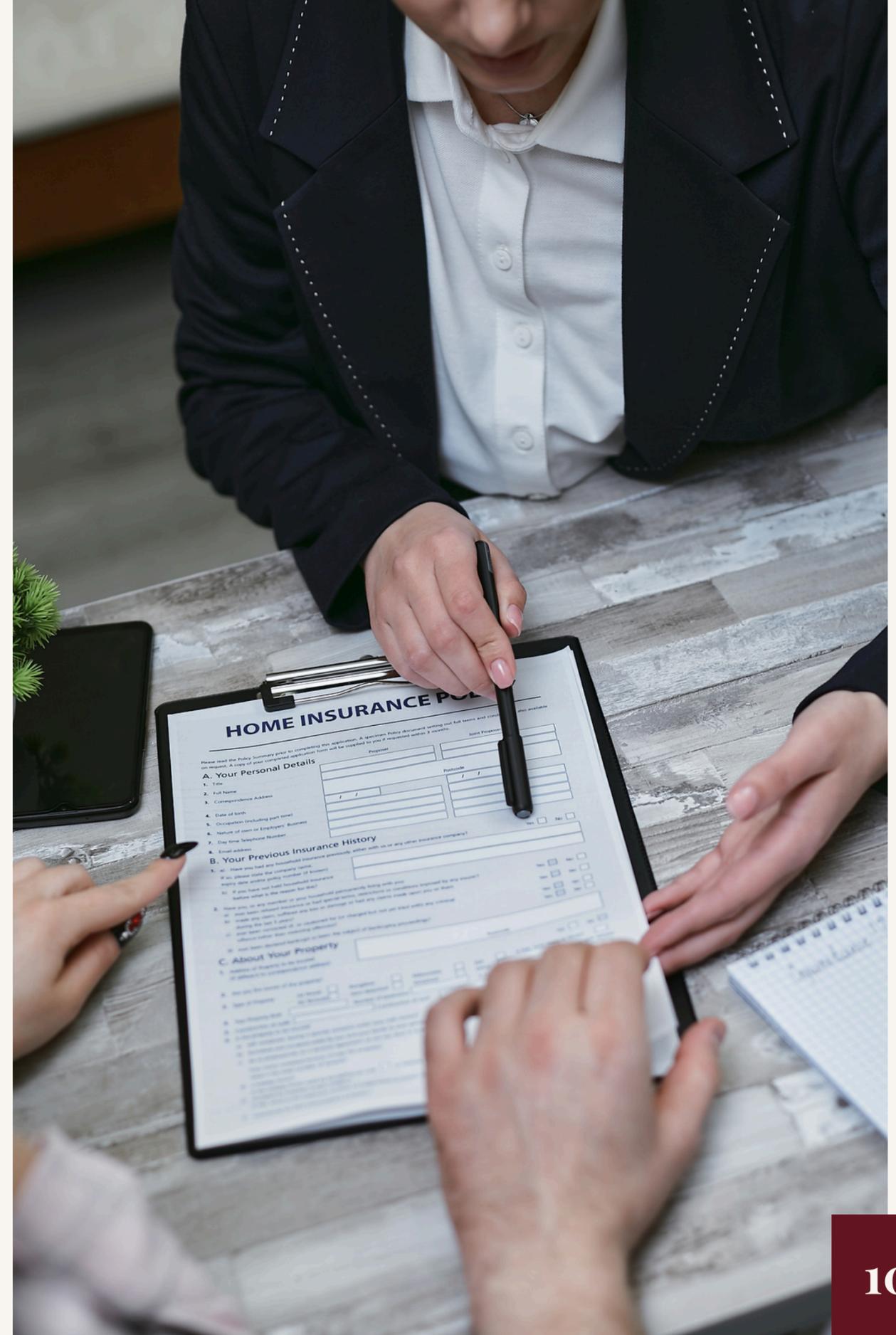
Exemplos Reais de Práticas Comerciais Desleais

- **Publicidade enganosa:** Anunciar que um produto emagrece 10 kg em 1 semana sem provas científicas.
- **Promoções falsas:** Anunciar que um produto está com 50% de desconto, mas o preço original foi inflacionado antes da promoção.
- **Venda agressiva:** Um vendedor insistir que o consumidor tem de comprar já, criando um falso sentido de urgência.

Como evitar cair nestas práticas?

Os consumidores devem:

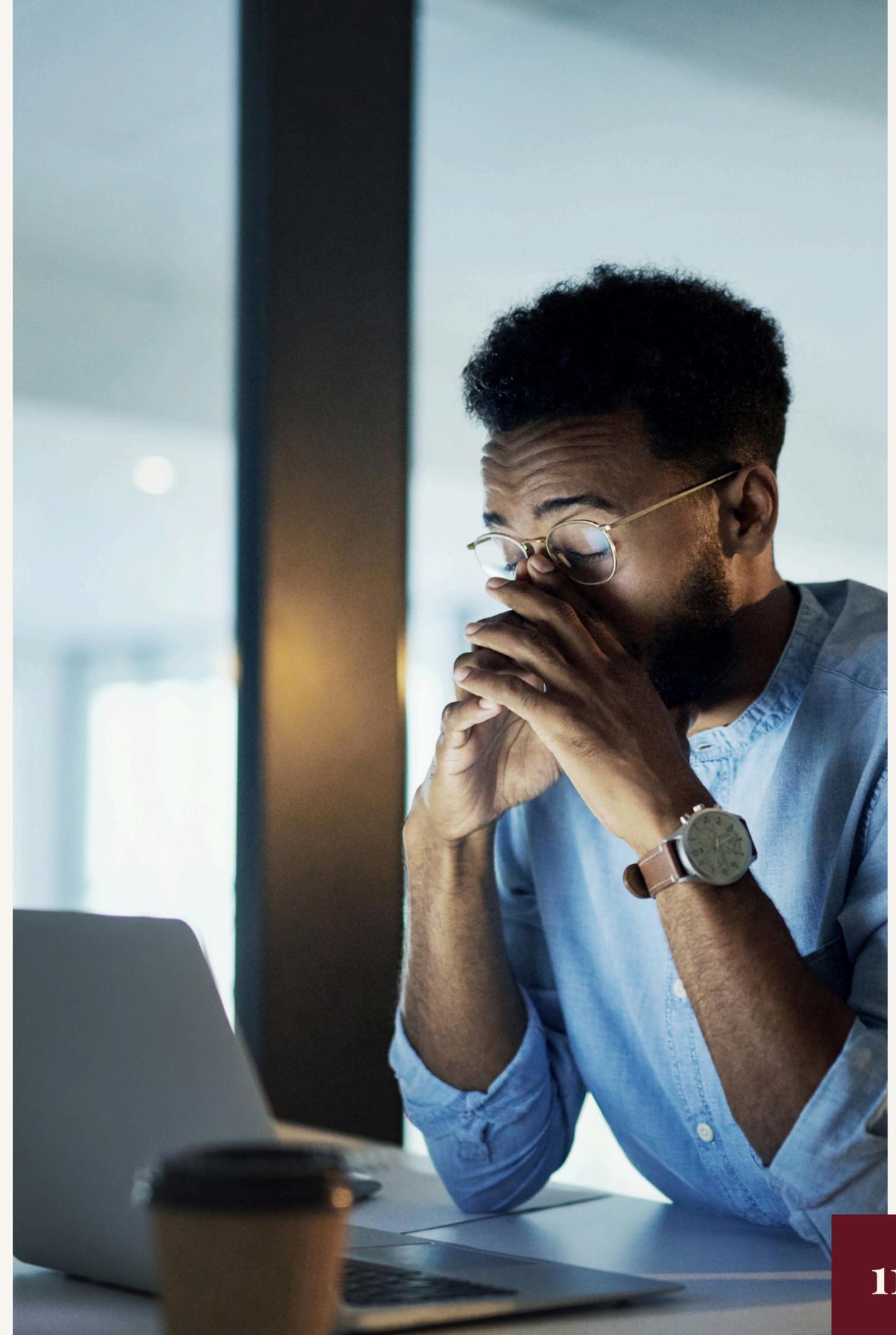
- ▶ Ler cuidadosamente os termos e condições;
- ▶ Desconfiar de ofertas demasiado boas para serem verdade;
- ▶ Exigir informações claras e completas antes de comprar.



O que fazer se fores vítima?

Se desconfiares que foste vítima de uma prática comercial desleal:

- ◀ Faz uma reclamação junto da empresa;
- ◀ Denuncia a situação à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE);
- ◀ Procura apoio jurídico junto de um Advogado!



Como evitar cair nestas práticas?

Os consumidores devem:

Ler cuidadosamente os **termos e condições**

Desconfiar de ofertas demasiado boas para serem verdade

Exigir informações claras e completas antes de comprar



O que fazer se fores vítima?

Se desconfiares que foste vítima de uma prática comercial desleal:

Faz uma **reclamação junto da empresa**;

Denuncia a situação à **Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)**;

Procura apoio jurídico junto de um Advogado!



CASO PRÁTICO: A PROMOÇÃO QUE NUNCA EXISTIU

A empresa “Moda Rápida, Lda.” anunciou uma mega promoção no seu site:

- “Descontos de 70% em TODOS os produtos da coleção!”
- No anúncio, inclui uma contagem decrescente: “Só hoje! Aproveite antes que acabe!”

Maria, uma consumidora interessada, vê a promoção e decide comprar várias peças de roupa, acreditando que está a fazer uma poupança significativa.

No entanto, ao pesquisar mais tarde, Maria descobre que:

1. Os preços “originais” foram inflacionados artificialmente antes do início da campanha.
 - Uma camisola que agora custa 15€ com 70% de desconto estava a ser vendida a 18€ antes da campanha.
2. A contagem decrescente é falsa. A promoção continua ativa nos dias seguintes, apesar de o anúncio dizer que era válida “só hoje”.

Esta campanha contém **duas práticas comerciais desleais**:

1. Informação enganosa (preços inflacionados): Os preços originais apresentados não correspondem ao valor real dos produtos antes da campanha.

2. Criação de urgência falsa: A contagem decrescente é uma estratégia de pressão que engana os consumidores, levando-os a tomar **decisões de compra impulsivas**.

Enquadramento Legal:

De acordo com o **Decreto-Lei n.º 57/2008**, estas práticas são consideradas **enganosas** porque:

- Transmitem informações falsas ou induzem o consumidor em erro sobre o preço.
- Criam pressão injustificada para tomar uma decisão de compra.

A Maria pode:

1. **Reclamar diretamente com a empresa** e pedir esclarecimentos sobre a promoção;
2. **Denunciar a situação à ASAE** para que a empresa seja investigada;
3. Exigir a **devolução do valor** pago ou outros direitos legais, como a troca ou cancelamento da compra.

Consequências para a empresa:

Se a ASAE confirmar que houve práticas comerciais desleais, a empresa poderá:

- Ser multada.
- Ter de ajustar as suas campanhas publicitárias e compensar os consumidores prejudicados.

**Quem é que já assistiu a situações
semelhantes ou vivenciou este tipo de
situação?**

Publicidade enganosa: o que é?

Quando apresenta informações falsas:

A publicidade contém dados que não correspondem à realidade sobre o produto, serviço ou empresa.

- **Exemplo:** "Este creme elimina rugas em 3 dias" sem qualquer prova científica.

Quando omite informações essenciais:

Anuncia algo que não existe ou não está disponível para venda com o objetivo de atrair consumidores.

- **Exemplo:** Publicitar um telemóvel topo de gama a um preço muito baixo e, ao cliente procurar, dizer que está esgotado.

Quando induz em erro:

Mesmo que as informações não sejam tecnicamente falsas, podem ser apresentadas de forma a confundir ou enganar o consumidor.

- **Exemplo:** Usar palavras como "natural" para descrever um produto que contém ingredientes artificiais.

Quando cria expectativas falsas:

Promete benefícios ou resultados que o produto/serviço não pode garantir.

- **Exemplo:** "Perde 10kg em 7 dias sem esforço!"

Quando faz comparações desleais:

Apresenta informações que prejudicam a reputação de um concorrente sem fundamento.

- **Exemplo:** "O nosso serviço é 50% mais rápido que o da concorrência", sem estudos que comprovem a afirmação.

Quando apresenta produtos fictícios ou indisponíveis:

Faltam detalhes que seriam determinantes para o consumidor tomar uma decisão informada.

- **Exemplo:** Publicitar um preço "a partir de 50€" sem mencionar custos adicionais obrigatórios.

Quando esconde o verdadeiro objetivo da publicidade:

A publicidade faz-se passar por algo que não é (como notícias, opiniões ou depoimentos imparciais).

- **Exemplo:** Um "artigo" sobre os benefícios de um produto escrito pela empresa que o vende sem esclarecer isso.

Quando usa linguagem ambígua ou exagerada:

Inclui termos como "o melhor", "único" ou "garantido" sem provas objetivas para sustentar essas alegações.

- **Exemplo:** "O único restaurante com ingredientes 100% orgânicos na cidade", quando há outros com a mesma prática.

Quando manipula preços ou condições:

Dá a entender que existe uma oferta ou desconto, mas o preço foi previamente inflacionado.

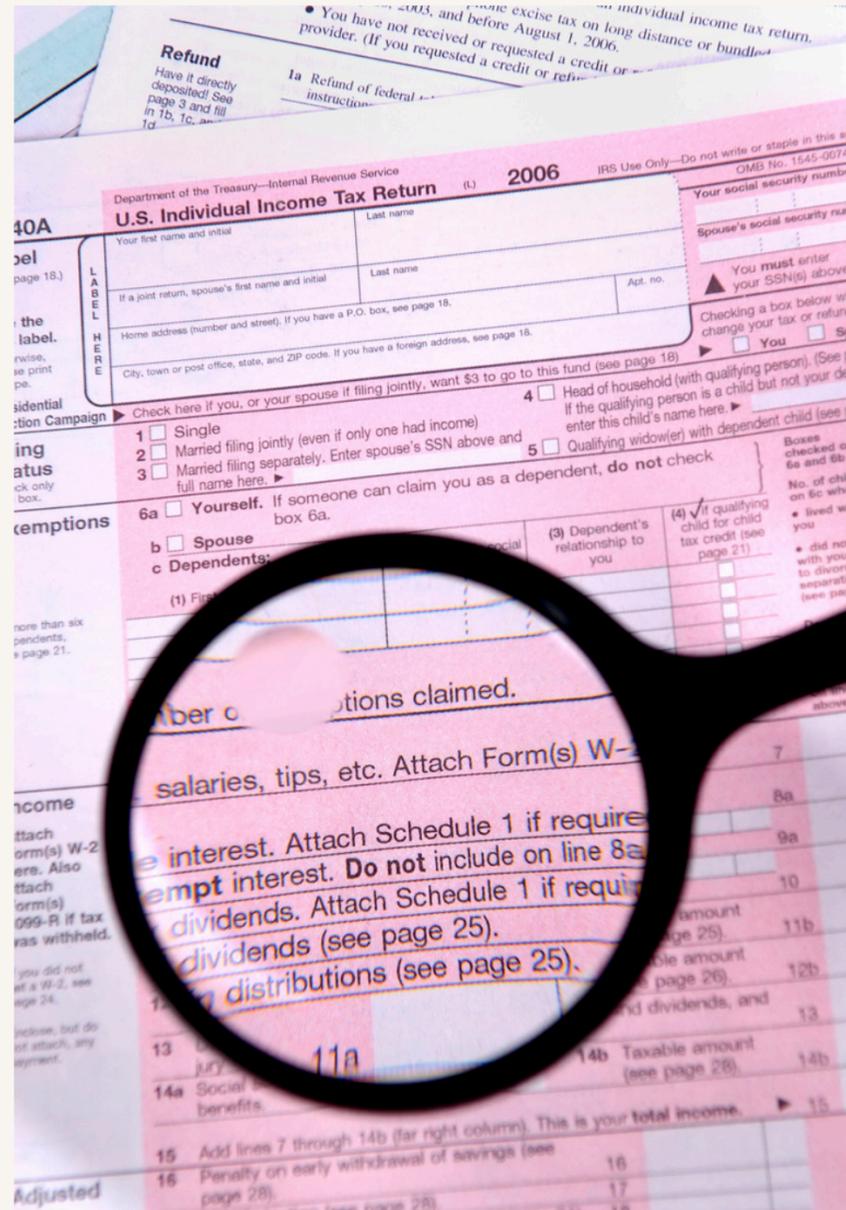
- **Exemplo:** Publicitar "50% de desconto", mas o preço com desconto é igual ao preço original.

Quando prejudica os consumidores intencionalmente:

- O principal objetivo da publicidade enganosa é fazer com que os consumidores tomem decisões de compra que não fariam se soubessem a verdade.

Consequências Legais em Portugal





De acordo com o **Decreto-Lei n.º 330/90** e o **Decreto-Lei n.º 57/2008**, a publicidade enganosa é ilegal, e as empresas podem enfrentar:

- Multas significativas;
- Obrigação de indemnizar os consumidores;
- Sanções adicionais da ASAE ou de outras entidades reguladoras.



Intervalo das multas:

1. Para pessoas singulares (indivíduos):

- O valor das multas pode variar entre 250€ e 3.740€.

2. Para pessoas coletivas (empresas):

- As multas podem ir de 3.000€ a 44.890€, dependendo da gravidade da infração.

Fatores que influenciam o valor da multa

- **A gravidade da infração:** Se a publicidade causou danos significativos ou induziu muitos consumidores em erro, a multa será mais alta.
- **A dimensão da empresa:** As empresas de maior dimensão podem ser alvo de multas mais elevadas, já que se presume maior impacto das suas práticas.
- **A repetição da infração:** Se a empresa já foi sancionada anteriormente, as multas podem ser agravadas.
- **A intenção de enganar:** Se for provado que a empresa tinha intenção clara de enganar os consumidores, o valor pode ser maior.
- **O impacto nos consumidores:** O número de pessoas afetadas e os danos causados também são avaliados.

Outras consequências além das multas

- **Obrigação de corrigir a publicidade enganosa:** Publicar uma retratação ou corrigir os anúncios.
- **Suspensão da atividade publicitária:** Em casos graves, a empresa pode ser impedida de realizar publicidade durante um período.
- **Compensação a consumidores:** Os consumidores lesados podem exigir reembolso ou indenização.

Caso Prático:

“Compre já o nosso plano premium! Por apenas 10€ por mês para acesso ilimitado a todos os conteúdos e funcionalidades especiais. Oferta válida até ao final do mês (stock limitado). Não aceitamos devoluções ou reclamações.”



Questões para refletires:

1. Existem práticas comerciais desleais nesta afirmação?

- Analisa se há informações falsas ou omissões importantes.
- **Exemplo:** "Apenas 10€ por mês" pode ser enganoso se houver taxas adicionais.

2. Há publicidade enganosa?

- O termo "stock limitado" é adequado para um serviço digital (como conteúdos online)?
- O que falta ser explicado sobre as condições da "oferta válida até ao final do mês"?

3. Está em conformidade com a legislação sobre direitos do consumidor?

- A cláusula "Não aceitamos devoluções ou reclamações" viola os direitos previstos no Código do Consumidor?

4. Quais os riscos para a empresa?

- Quais as potenciais multas ou sanções que podem ser aplicadas?
- Como esta publicidade pode afetar a reputação da empresa?

Existem práticas comerciais desleais nesta afirmação?

Sim, existem potenciais práticas comerciais desleais:

"Apenas 10€ por mês":

Se houver taxas adicionais ou condições ocultas (ex.: adesão mínima de um ano ou penalizações por cancelamento), isso constitui uma prática comercial desleal, por omissão de informações essenciais.

"Oferta válida até ao final do mês (stock limitado)":

Esta frase pode induzir em erro, uma vez que se trata de um serviço digital e o conceito de "stock limitado" pode ser enganoso (os serviços digitais, por natureza, não têm limitação de stock).

Existe publicidade enganosa?

Sim, há elementos que podem ser classificados como publicidade enganosa:

Informações ambíguas ou falsas:

"Apenas 10€ por mês" pode ser enganoso se o preço não incluir taxas ou se o acesso ilimitado tiver restrições que não foram mencionadas.

"Stock limitado":

A utilização de "stock limitado" para pressionar o consumidor é uma prática enganosa se não houver uma real limitação na quantidade do produto ou serviço disponível.

Omissão de informações:

Não são detalhadas as condições para "acesso ilimitado" ou o que inclui o "plano premium".

Quais os riscos para a empresa?

Sanções financeiras:

As multas para práticas comerciais desleais ou publicidade enganosa podem variar entre **3.000€** e **44.890€** para pessoas coletivas.

Ações judiciais de consumidores:

Os consumidores podem exigir reembolsos ou indemnizações caso se sintam lesados.

Danos:

A empresa pode perder credibilidade e prejudicar o relacionamento com os clientes.

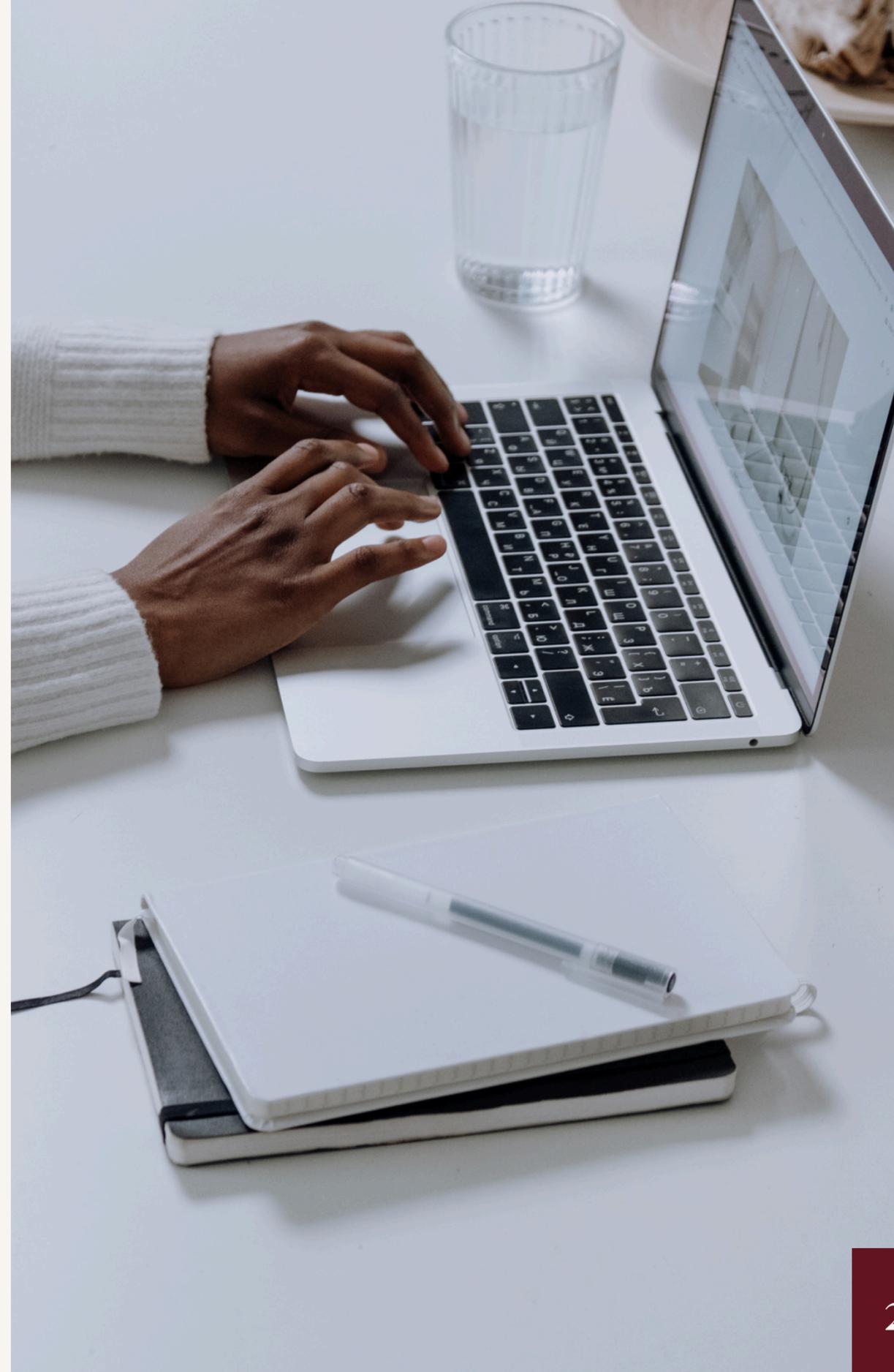
Proposta de correção da afirmação:

Antes:

"Compre já o nosso plano premium! Apenas 10€ por mês para acesso ilimitado a todos os conteúdos e funcionalidades especiais. Oferta válida até ao final do mês (stock limitado). Não aceitamos devoluções ou reclamações."

Depois:

"Adira ao nosso plano premium por apenas 10€ por mês! Tenha acesso a conteúdos exclusivos e funcionalidades especiais. Consulte as condições no nosso site. Oferta válida até ao final do mês. Garantimos o seu direito de devolução nos termos legais."





Direitos de autor no digital:

- São os direitos que **protegem o autor de uma obra criativa**, garantindo-lhe o controle sobre como a sua criação é usada, reproduzida ou partilhada.
- Incluem **direitos morais** (ligação pessoal do autor à obra) e **direitos patrimoniais** (direito a benefícios económicos).



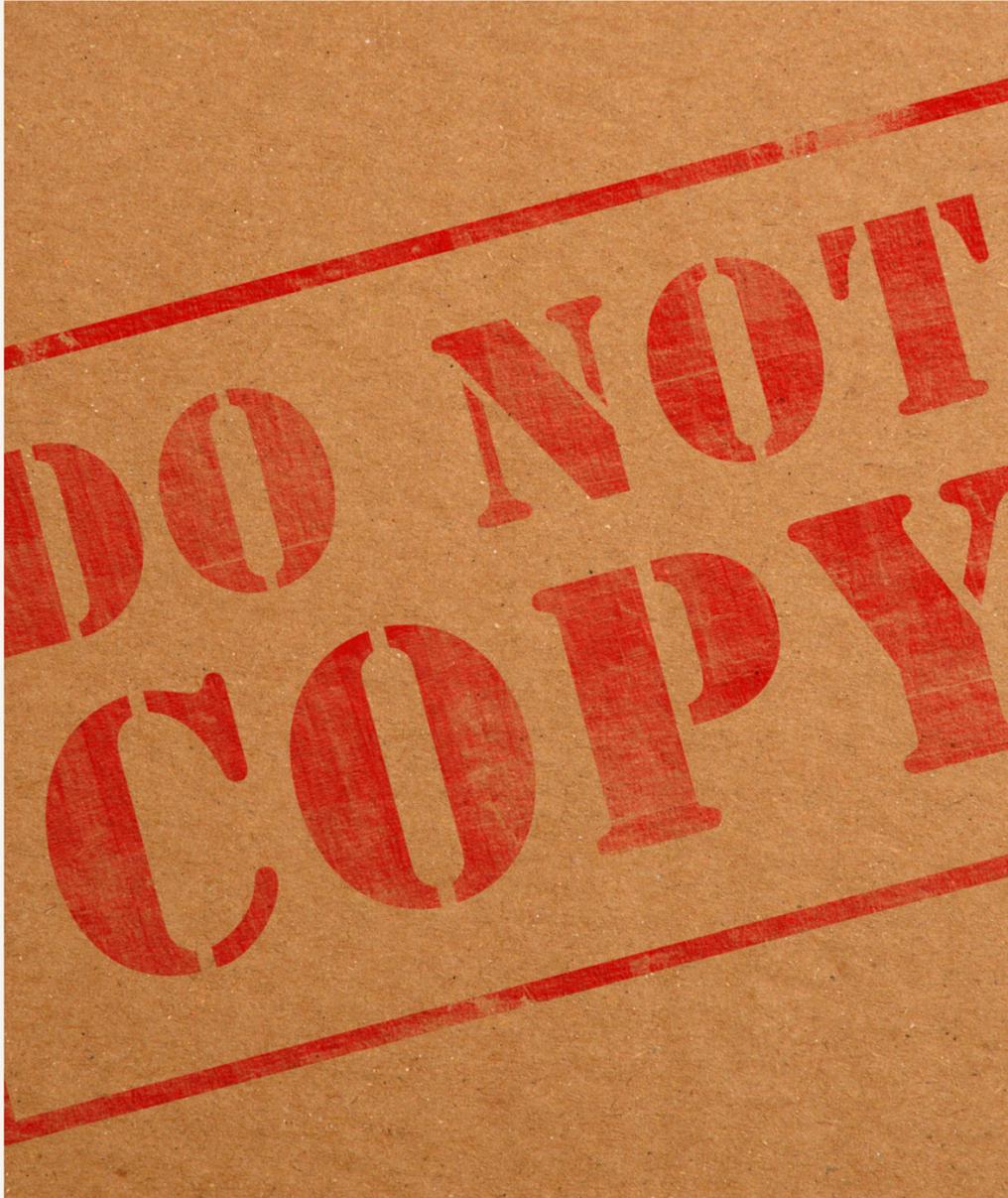
Que tipo de obras são protegidas?

- Textos (como artigos, e-books, publicações em blogs);
- Fotografias, vídeos, músicas e podcasts;
- Software e bases de dados;
- Postagens em redes sociais, desde que sejam originais.



O que significa partilhar uma obra no digital?

- **Publicar no digital** (por exemplo, no Instagram, um site ou YouTube) **não anula os direitos do autor**;
- Mesmo que o conteúdo esteja disponível gratuitamente, só pode ser reutilizado com autorização do autor, exceto em situações previstas na lei, como para uso educativo ou citação.



Plágio e utilização indevida:

- Copiar, usar ou alterar conteúdos digitais sem autorização do autor constitui uma violação de direitos de autor – leva a sanções legais e indemnizações.

CASO PRÁTICO:
A PROMOÇÃO
QUE NUNCA
EXISTIU

Maria, uma empreendedora, escreveu um e-book e vende-o no seu site. Um terceiro faz o download do e-book e partilha partes do conteúdo no Instagram sem autorização, alegando que encontrou o material online.

CASO PRÁTICO: A PROMOÇÃO QUE NUNCA EXISTIU

Problema:

- Mesmo que o e-book esteja disponível no site de Maria, o conteúdo é protegido por direitos de autor.
- Partilhar sem autorização (mesmo que cite a fonte) constitui uma infração, a menos que seja enquadrado como citação justificada e limitada.

Consequências:

- A Maria pode exigir que o conteúdo seja removido e pedir uma indemnização por danos patrimoniais e morais.

Quais são as boas práticas que deves adotar para respeitar os Direitos de Autor no digital

Pedir autorização:

Antes de usar conteúdos de outros autores, pede permissão por escrito.

Criar os teus próprios conteúdos:

Produz materiais originais evita problemas com direitos de autor.

Dar crédito ao autor:

Cite o autor e a fonte de forma clara, mesmo que seja uma reutilização legítima.

Regista as tuas obras:

Embora o registo não seja obrigatório em Portugal, podes facilitar a prova no caso de teres problemas!

Usar obras de domínio público ou licenciadas:

Opta por conteúdos sob licenças abertas, como Creative Commons, que permitem uso gratuito, respeitando as condições do autor.



Resumo de Boas Práticas

1. Regista os direitos de autor e a tua marca;
2. Usa marcas d'água e declarações de direitos nos teus conteúdos;
3. Utiliza conteúdos de terceiros de forma legal (licenças, autorizações);
4. Monitoriza o uso indevido do teu conteúdo;
5. Consulta sempre especialistas legais para criar contratos e proteger-te de violações.

A Importância do Registo de Marca

O registo de marca é um dos passos mais importantes para proteger a identidade do teu negócio. Ele garante que a tua marca, que pode incluir nome, logótipo, slogan ou outros elementos distintivos, seja reconhecida legalmente como tua.

Vamos dar-te os principais motivos para registares a tua marca!



1. Exclusividade e proteção legal

- **Direito exclusivo:** O registo garante que só tu podes usar a marca em determinadas categorias de produtos ou serviços.
- **Ação legal:** Permite-te tomar medidas contra terceiros que utilizem a tua marca sem autorização, evitando cópias ou concorrência desleal.

2. Reforço da identidade da marca

- A tua marca é o rosto do seu negócio! O registo protege a tua reputação e ajuda a construir uma identidade sólida no mercado.
- **Confiança e credibilidade:** Os consumidores sentem mais confiança em marcas protegidas, que transmitem profissionalismo e seriedade.

3. Prevenção de conflitos

- **Evitar litígios:** Sem registo, outra empresa pode registar a tua marca ou uma semelhante e impedir que tu a uses!
- **Segurança jurídica:** Com o registo, tens prioridade de uso e podes trabalhar operar com tranquilidade.

4. Valorização do Negócio

- **Ativo valioso:** A marca registada é um ativo intangível que valoriza o teu negócio. Em caso de venda ou expansão, o registo aumenta o valor no mercado.
- Podes licenciar ou vender os direitos da marca a terceiros, aumentando a receita.

5. Diferenciação no Mercado

- Uma marca registada ajuda a destacar o teu negócio em mercados saturados, evitando confusões com concorrentes.

6. Proteção contra o Ciberespaço

- **Domínios da Internet:** O registo da marca facilita a obtenção de domínios correspondentes ou a resolução de problemas relacionadas com o ciberespaço.
- Evita casos de "cybersquatting" (registo de domínios semelhantes para prejudicar ou extorquir marcas legítimas).

O registo de marca é mais do que uma formalidade, é um investimento estratégico para protegeres o futuro do teu negócio. Ele assegura-te direitos exclusivos, evita problemas legais, valoriza o teu negócio e fortalece a tua posição no mercado.

**Alguém já pensou em
registar a marca?**



Obrigada pela tua atenção!

 @descomplicarodireito.pt

 935 297 921

 geral@coimbratavares.pt