

EXTRACTO DE ACTA

Reunida no vigésimo oitavo dia do mês de Maio do ano de dois mil e vinte e cinco, a Primeira Secção do Júri de Ética da Auto Regulação Publicitária, apreciou o processo nº 3J/2025 tendo deliberado o seguinte:

«Processo n.º 3J/2025

1. Objeto dos Autos

1.1. A MEO – SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES E MULTIMÉDIA, S.A., adiante designada por Requerente, veio apresentar queixa junto do Júri de Ética (JE) Publicitária da ARP – ASSOCIAÇÃO DA AUTO-REGULAÇÃO PUBLICITÁRIA, ao abrigo do disposto na alínea b) do n.º 1 do artigo 7.º do Regulamento do JE, contra a NOS Comunicações, S.A., adiante designada por Requerida, relativamente à campanha publicitária referente a pacotes de telecomunicações “Fibra”, anunciados como tendo preços “desde €29,49/mês”.

A Requerente alega que o preço apresentado na publicidade não corresponde a nenhum tarifário efetivamente disponível, sendo um preço promocional apenas aplicável durante os primeiros meses do período de fidelização, o que configura uma prática semelhante à já considerada enganosa pela Comissão de Apelo da ARP no Processo 1J/2025, que apreciou publicidade da própria Requerente. Defende, assim, que, existindo comportamentos semelhantes por parte de outros operadores, se deve igualmente ordenar a retirada deste tipo de publicidade, sob pena de colocar a Requerente em situação de desvantagem concorrencial.

1.2. Notificada para o efeito, a Requerida apresentou contestação, considerando a acusação de publicidade enganosa desprovida de

fundamento. Alega que, para que uma mensagem publicitária seja considerada enganosa, teria de conter informações falsas ou suscetíveis de induzir em erro o consumidor, e que levassem a uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo. Afirma que, em nenhuma das comunicações comerciais apresentadas como prova pela Requerente, é indicado que os tarifários se mantêm inalterados durante todo o período contratual, sendo utilizada a expressão “desde”, a qual, segundo o Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa, significa “a partir de; a começar em”, o que seria perfeitamente compreensível para o consumidor médio.

Com relevância, indica a Requerida que “Mesmo que se pretenda equacionar um eventual cenário de erro de interpretação por parte de um consumidor que não se enquadre no critério do homem médio – que não é, nem pode ser, o critério motriz –, nunca o mesmo poderia avançar na contração da oferta “por engano”, uma vez que existe a obrigação de “disponibilizar ao consumidor, previamente à celebração do contrato, o modelo de resumo de contrato, do qual constam, obrigatoriamente, entre outros elementos, o preço e a duração dos serviços, sendo que, só após a aceitação expressa desse documento, o contrato entrará em vigor”, não podendo o consumidor celebrar o contrato sem o integral conhecimento da oferta.

Por último, alega a Requerida que o recurso à expressão “desde” — a qual, não sendo falsa nem enganosa, pode, eventualmente, resultar de algum exagero publicitário — ao remeter para um patamar mínimo sujeito às demais condições da oferta, facilmente acessíveis ao consumidor médio, não confere às mensagens publicitárias qualquer carácter falso ou enganoso. Pelo contrário, sendo compreensível e facilmente apreensível, não é, nem pode ser, suscetível de induzir o consumidor médio em erro. Conclui considerando que as comunicações comerciais não violam o princípio da veracidade, nem consubstanciam uma prática comercial desleal, nos termos do Código da Publicidade e do Decreto-Lei n.º 57/2008.

1.3. Dão-se por reproduzidos a queixa, a contestação e os documentos apresentados pelas Partes.

2. Enquadramento ético-legal

A legalidade da comunicação comercial deve ser apreciada com base na sua perceção global pelo consumidor médio, especialmente quando envolve referências a preços ou vantagens comerciais.

A utilização da expressão “desde [valor]” seguida de remissão para informação adicional fora do anúncio principal exige especial cautela, na medida em que pode comprometer a transparência da mensagem.

A Requerida alega tratar-se de uma prática habitual no setor e benéfica para o consumidor, por representar um ponto de partida informativo. No entanto, a frequência ou transversalidade desta abordagem não afasta a necessidade de garantir que o consumidor não é induzido em erro quanto ao preço efetivamente praticado ou às condições da oferta. A este respeito, importa atender ao princípio da informação clara, completa e imediata, consagrado no regime jurídico aplicável à publicidade e na jurisprudência consolidada da Comissão de Apelo.

Ora, no presente caso, a situação é distinta daquela em que se apresenta um pacote básico com um preço base e cujo preço final depende dos serviços adicionais escolhidos. Nessa hipótese, a expressão “desde” seria clara e não enganosa para o consumidor médio. No entanto, a situação em apreço revela que o preço de €29,49/mês se aplica apenas durante os primeiros 4 meses, não sendo mantido ao longo do período contratual de 24 meses. A Requerida confirma que não existe um tarifário cujo valor mensal efetivo seja de €29,49 durante todo o contrato.

Os consumidores devem ser informados, de forma clara e precisa, acerca de elementos essenciais antes da celebração de um contrato, designadamente o preço total a pagar. Caso não seja possível determinar o preço final, deve ser indicado o modo de cálculo. A omissão dessa informação configura uma prática enganosa, à luz do regime das práticas comerciais desleais.

Não pode deixar de se relevar o facto deste contrato ser um contrato com fidelização, conforme o artigo 3.º, n.º 1, alínea ee), da Lei n.º 16/2022, o que implica um compromisso do consumidor durante o período contratual e pressupõe a estabilidade do preço. Assim, qualquer informação sobre preços deverá refletir a realidade contratual de forma íntegra.

O Júri de Ética considera que a expressão “desde” poderá ser entendida de forma literal pelo consumidor médio, mas não é razoável concluir que esse consumidor perceciona tal expressão como sendo aplicável apenas durante um período inicial do contrato. Como refere a Comissão de Apelo no processo 1J/2025 - em tudo idêntico à situação agora em apreço - “as mensagens em apreço veiculam informação incorreta e enganosa, já que o consumidor médio entenderá que a Recorrente disponibiliza (pelo menos) um pacote de serviços de telecomunicações pelo valor de 29,49€/mês (apesar de não ser afirmado que este será o valor fixo durante todos os meses do contrato), o que, como a própria Recorrente reconhece, não corresponde à realidade, pois do que se trata é de um pacote no valor 42,49 €/mês, com a oferta de 13,00 € de desconto durante 4 meses dos 24 meses de duração mínima do contrato de prestação de serviços de telecomunicações.”

A alegação de que o consumidor terá sempre acesso ao modelo de resumo do contrato antes da contratação não afasta o dever de veracidade e clareza na publicidade, que surge em momento prévio e deve espelhar as condições a contratar. A publicidade deve ser suficientemente completa para não induzir

em erro quanto aos elementos essenciais da oferta, como o preço. A mensagem publicitária da Requerida viola, por isso, o artigo 9.º, n.º 2, alínea b) do Código de Conduta da ARP, sendo considerada enganosa.

Não tendo a Requerida feito prova da existência de um tarifário com o valor anunciado durante todo o contrato, e tendo antes admitido que esse preço se aplica apenas no início do mesmo, o Júri de Ética entende que a comunicação comercial em causa configura uma prática de publicidade enganosa.

3. Decisão

Por todo o exposto, delibera a Primeira Secção do Júri de Ética da ARP que a comunicação comercial da responsabilidade da NOS, veiculada em suporte digital e apreciada no presente processo, se encontra desconforme com os artigos 4.º, n.º 1, 9.º, n.ºs 1 e 2, alínea b) e artigo 12.º do Código de Conduta da ARP. Por conseguinte, a sua divulgação não deverá ser reposta, nem total nem parcialmente, em qualquer suporte, caso se mantenham os fundamentos do ilícito identificado pelo JE.».

A Presidente da Primeira Secção do Júri de Ética da Auto Regulação
Publicitária