Consumidor Direito + Grita

Muitas vezes, é difícil distinguir o que é real do que é falso nos anúncios publicitários. É preciso tomar muito cuidado na hora de observar as novidades, que podem ser diferentes do produto ou serviço a ser fornecido

Como não cair em propaganda enganosa

» JOÃO CARLOS DOS SANTOS*
» JOSÉ AUGUSTO LIMÃO*



Dicas

» Nos casos de compras on-line, sempre verifique o link da loja para evitar comprar em sites falsos.

» Pesquise em vários sites antes de realizar uma compra, para comparar e saber se realmente o produto ofertado será vendido conforme anunciado.

» Procure os canais de atendimento da empresa para denunciar propaganda enganosa e tente solucionar o problema.

» Guarde prints de tudo que for possível, inclusive de conversas com o vendedor, cópia do folder em papel e vídeos, que podem servir como provas em possíveis demandas judiciais.

Publicidade enganosa é definida no Código de Defesa do Consumidor como qualquer modalidade informacional com de falsear a natureza, atributos, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e demais aspectos relacionados ao que é divulgado. "As propagandas e anúncios podem acabar enganando o consumidor ao apresentarem, por exemplo, uma imagem diferente do objeto, ou deixar de informar algo essencial sobre o produto/serviço que poderia influenciar na decisão de compra", detalha a advogada atuante no direito do consumidor Isabelli Carvalho.

Desse modo, é responsabilidade de quem divulga disponibilizar plenamente informações essenciais quanto ao produto ou serviço ofertados. A manutenção da verossimilhança nesse tipo de material é assegurada pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), por princípios como o caráter comprobatório de toda descrição e alegação publicada. É dever do prestador de serviços não provocar conclusões falsas perante pesquisa e dados estatísticos utilizados em estratégias de publicidade. "As propagandas enganosas podem ocorrer por diversos fatores, seja por omissão acerca de alguma característica ou funcionalidade do produto/serviço, mente falsas e que acabam induzindo o consumidor ao erro", completa Isabelli.

Para evitar a ocorrência de problemas dessa natureza, empreendimentos privados desenvolvem sistemas próprios de denúncia. De forma geral, plataformas virtuais de compra e venda apresentam ferramentas de avaliação de serviços, por meio de escalas de qualidade que acompanham as informações de vendedores, assim como as seções de comentários, nas quais compradores expõem os pormenores de sua experiência. Essa possibilidade de análise anterior à compra é indispensável ao comércio on-line atual por permitir maior segurança de transação. "Para que o consumidor se resguarde é muito importante que ele faça uma ampla pesquisa de produtos iguais ou similares, realizar uma reflexão na hora da aquisição", aconselha o advogado, mestre em direito e professor da Universidade Católica de Brasília (UCB) Ricardo Barbosa Cardoso Nunes.

Gabriel Souza, 23, está sempre atento a essa questão. O vendedor foi comer em um restaurante e observou que o pedido não correspondia à quantidade ofertada no anúncio. "Agora, quando vejo esse tipo de situação, recuo, não quero mais, evito andar em certos lugares. Não voltei mais nesse restaurante também, porque, querendo ou não, o tratamento ao cliente é uma coisa séria, tem que levar tudo em consideração", avalia o morador do Paranoá.

Atenção às crianças

As propagandas, por serem muito persuasivas em sua grande maioria, deixam os consumidores vulneráveis na hora de realizar as compras, mas existe um grupo que é mais frágil ainda, as crianças. A especialista Isabelli reforça que, por não terem o discernimento de um adulto e nem decisões corretas na hora das compras, os pequenos estão mais suscetíveis a acreditarem em tudo que é apresentado na propaganda. "Os comerciais infantis são restritos, pois, conforme o Código de Direito do Consumidor, a publicidade dirigida a crianças se aproveita da deficiência de julgamento e experiência desse público", informa.

O Conar trata sobre a publicidade infantil em seu Artigo 37: "Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes. Diante de tal perspectiva, nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança". Também está em vigor a resolução nº 163, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que enumera diversas práticas que podem ser consideradas abusivas, como o direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com intenção de persuadi-la ao consumo de qualquer produto ou serviços.

O Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT), por meio da Promotoria da Criança ou da Promotoria de Defesa do Consumidor, pode ser acionado a participar de uma eventual ação ou efetivamente de uma fiscalização que venha punir alguém que praticou uma publicidade enganosa direcionada a esse público. "Não pode ter esse elemento que vai gerar na criança uma condição de enganar com efeitos especiais, por exemplo. Para que a criança não se sinta condicionada a querer e desejar aquele determinado item, que está muito atrelado a produtos alimentícios e brinquedos, há todo esse cuidado", orienta o professor da UCB.

Como denunciar

A administração pública garante a proteção de consumidores perante propagandas, principalmente, por meio do Procon (*procon.df.gov.br*), como informa Ricardo Barbosa. "O Procon recebe essas queixas, tenta intermediar, de certa forma, uma conciliação. Quanto mais denúncias chegam ao órgão sobre uma determinada empresa ou segmento, mais subsídios terá para aplicar multa, exigir uma mudança de postura ou até uma campanha informativa", destaca o advogado.

Também é possível fazer reclamações pelo site do *Consumidor.gov.br*, que é um dos canais mais usados para denunciar violações das diretrizes do CDC. É um serviço público que permite a ligação direta entre clientes e empresas para tentar solucionar problemas.

***Estagiários sob a supervisão de Márcia Machado**

»SEGURO BRADESCO

PEÇA DANIFICADA

» TÂNIA DE OLIVEIRA
Ceilândia Norte

Tânia de Oliveira, 58 anos, procurou a coluna Grita do Consumidor porque está com problemas com a seguradora Bradesco. No mês passado, ela teve o farol do carro do lado do motorista danificado em um estacionamento público. "Resolvemos acionar a seguradora. Para nossa surpresa, só há uma empresa contratada em todo o Distrito Federal. Inclusive, é a única contratada por todas as seguradoras, a empresa Autoglass, no SIA", relata. A consumidora conta que foi agendada a substituição da peça, porém, o equipamento oferecido pela empresa apresentou diversos defeitos que inviabilizaram a troca. "Havia cola na lente, borracha queimada usada para vedação e fixação da lente. A etiqueta queimada da montadora do farol era uma cópia e estava parcialmente com cola, trazendo dúvidas sobre a origem de fabricação", completa.

Resposta da empresa

"Em resposta à mensagem da Sra. Tânia C. de Oliveira, a Bradesco Seguros informa que reanalisou o pedido e autorizou a troca da peça em questão, que estará disponível em até 15 dias úteis."

Maurenilson Freire



Comentário do consumidor

"Só temos que agradecer ao **Correio Braziliense** em intermediar e nos ajudar na resolução deste impasse. Os setores de reclamações da seguradora e da oficina não souberam ou não quiseram resolver a questão. O ocorrido serve de aprendizado, assim como para orientar outros clientes na hora da escolha de uma empresa que realmente respeite o consumidor. Tais setores de reclamações de qualquer empresa devem ser categóricos e imparciais, e não tendenciosos. Tudo poderia ser resolvido nos canais de reclamações, mas deixaram tomar outras proporções, que acabaram prejudicando seus segurados e os corretores de seguros, pois são eles que mantêm a corretora em pleno vapor. Foi notório que a oficina, naquele momento, não tinha peças adequadas para reposição em estoque. Portanto, aceitei a proposta de colocar a peça genuína em uma concessionária indicada pela seguradora e respeitamos o prazo estipulado, porque entendemos a demora devido à falta de componentes por consequência da pandemia."

»CASAS BAHIA

PROBLEMAS COM JUROS

» ESTHER NOVAES
Ceilândia

A vendedora Esther Novaes, 23, entrou em contato com a coluna Grita do Consumidor para informar sobre um problema nos juros de uma compra realizada nas Casas Bahia. A moradora de Ceilândia foi comprar um tablet para a sua filha, que custava R$ 300, à vista. Esther explicou que não estava com esse dinheiro em mãos, mas foi convencida a adquirir o item de forma parcelada. "No momento da compra, disseram que o parcelamento seria sem juros, porém, quando foi chegando o valor da minha fatura, os juros estavam ali presentes no boleto. Agora, meu nome está sujo", lamenta a consumidora.

Resposta da empresa

Até o fechamento desta edição, a empresa não tinha se posicionado sobre o caso. O espaço continua aberto para manifestação.

Comentário do consumidor

"Foi minha primeira experiência de compra parcelada. O tablet era R$ 300 e estava ficando por R$ 500. Tentei negociar minha dívida sem os juros, porém, eles querem que eu pague o valor com os juros. Não vou pagar R$ 500 nesse tablet nunca."

RECLAMAÇÕES DIRIGIDAS A ESTA SEÇÃO DEVEM SER FEITAS DA SEGUINTE FORMA:

» Breve relato dos fatos
» Nome completo, CPF, telefone e endereço
» E-mail: *consumidor.df@dabr.com.br*
» No caso de e-mail, favor não esquecer de colocar também o número do telefone

» Razão social, endereço e telefone para contato da empresa ou prestador de serviços denunciados

» Enviar para: SIG, Quadra 2, nº 340 CEP 70.610-901 Fax: (61) 3214-1146

Telefones úteis

Anatel 1331 | **Anac** 0800 725 4445 | **ANP** 0800 970 0267 | **Anvisa** 0800 642 9782 | **ANS** 0800 701 9656 | **Decon** 3362-5935 | **Inmetro** 0800 285 1818 | **Procon** 151 | **Prodecon** 3343-9851 e 3343-9852