



QUEM GANHA DINHEIRO COM PRODUTOS DIGITAIS TEM DE CUMPRIR A LEI



A Comissão Europeia e as autoridades nacionais de defesa do consumidor de 22 Estados-Membros, da Noruega e da Islândia divulgaram recentemente os resultados de um rastreio de publicações nas redes sociais de influencers que revelou que quase todos (97%) publicavam conteúdos comerciais, mas apenas um em cada cinco indicava sistematicamente que os seus conteúdos eram publicitários, tal como exigido pela legislação da UE em matéria de defesa do consumidor.

1 EM CADA 5



Uma percentagem considerável promovia **produtos ou atividades pouco saudáveis ou perigosas**, como junk food, bebidas alcoólicas, tratamentos médicos ou estéticos, jogos de azar ou serviços financeiros, como o comércio de criptomoedas.

21,1 MIL MILHÕES

Valor estimado em dólares gerado pelo marketing desenvolvido por influencers em 2023



- Quando rentabiliza um conteúdo, quer anuncie bens e produtos nos seus canais nas redes sociais ou os venda em sites pessoais, é considerado um profissional (trader, em inglês)
- Quando (pessoa ou empresa) exerce atividades comerciais regulares e com fins lucrativos, está sujeito a legislação específica, nomeadamente à relativa à proteção dos consumidores, tal como qualquer outra empresa
- Quando vende um produto a um consumidor, tem de indicar claramente os termos e condições relacionados com essa venda
- Os consumidores precisam de ser informados adequadamente antes de comprarem bens, serviços ou conteúdos digitais que tenha para oferecer e quanto ao direito de cancelarem compras online
- Certifique-se de que os consumidores recebem o que lhes foi prometido num prazo razoável, de acordo com o acordado, e de que a qualidade do que foi encomendado reflete as suas expectativas
- Informe os consumidores de modo a que não resem quaisquer dúvidas de que determinado conteúdo é publicidade, certifique-se de que adiciona as palavras certas num local onde as possam identificar facilmente
- Não misture anúncios com conteúdo não patrocinado
- Não faça alegações falsas sobre os efeitos e benefícios que um produto pode ter
- Se fornece cursos digitais, livros eletrónicos, aplicações ou quaisquer outras coisas que possam ser consideradas conteúdo digital deve cumprir o que anunciou quanto à quantidade, à qualidade, à periodicidade e aos prazos de entrega sob pena de os consumidores poderem ter direito a pedir novos artigos, uma redução do preço ou a devolução do dinheiro
- Isto também é aplicável se vender produtos
- De acordo com o novo Regulamento Serviços Digitais, enquanto influencer poderá ter de se registar nas plataformas online, por razões de transparência e de rastreabilidade, antes de as utilizar para promover ou oferecer os seus produtos ou serviços. Estas obrigações já se aplicam às primeiras plataformas designadas de muito grande dimensão (como o TikTok, Youtube, Facebook, X e Snapchat). As plataformas mais pequenas terão de respeitar estas regras também a partir de 17 de fevereiro
- Se oferece conteúdos audiovisuais e preenche os critérios para ser considerado fornecedor de serviços de comunicação social audiovisual tem de cumprir regras específicas sobre comunicações comerciais audiovisuais, incitamento à violência e ao ódio e conteúdos nocivos para menores. As comunicações terão de ser facilmente reconhecíveis e não podem ser prejudiciais para a saúde ou a segurança; os conteúdos não podem explorar a inexperiência ou a credulidade dos menores e não podem mostrar, de forma irrazoável, menores em situações perigosas