

OBSERVATÓRIO CONTRA A FRAUDE

A verdade dissimulada sob números redondos

Publicitar um preço inferior ao que se vai cobrar é publicidade enganosa, é um meio de defraudar os actuais e potenciais clientes



José António Moreira

Entrei num balcão dos CTT para aplicar umas poupanças num produto financeiro do Estado. Ao meu pedido a funcionária contrapôs: “Não deve subscrever Certificados de Aforro, mas sim Certificados do Tesouro, pois estes rendem mais.” Fiquei surpreso. Sem conhecimento prévio do prazo temporal previsto para a aplicação era-lhe impossível fundamentar tal sugestão. Mais, se esse prazo fosse curto o que propunha estava errado.

Expliquei isso à funcionária. Não sei se me ficou agradecida pela informação. Não o expressou. Mas, pelo menos, não pareceu ficar ofendida, porque de imediato me tentou vender um bilhete de lotaria e, face à polida recusa de aquisição do mesmo, propôs-me a compra de um cartão de telemóvel da UZO. “Obrigado, mas já sou cliente dessa marca”, retorqui. Olhando a publicidade que ela me colocara à frente, aproveitei a oportunidade para lhe lançar uma questão. “Esclareça-me, por favor. Aí refere que o custo das chamadas por minuto é de 8 cêntimos” – ela anuiu com a cabeça – “mas desde Janeiro que esse custo é de 8,2 cêntimos. Não se trata de publicidade enganosa?” Por um breve momento pareceu confusa. Mas foi apenas um descontrolo momentâneo pois, de imediato, peremptoriamente, assegurou-me que o custo era efectivamente de 8 cêntimos e que aquele folheto colorido que brandia era recente e, por isso, não podia estar errado. Despedi-me dela sugerindo que

fosse ao site da UZO para verificar a informação.

Eu próprio a quis confirmar, o que fiz na primeira oportunidade. Fiquei surpreso, confesso. O site mostrava as mesmas cores garridas e os mesmos “8 cêntimos sempre” que constavam do prospecto que havia visto ao balcão dos CTT. “Será que me equivoquei no preço?”, perguntei-me. Uma pesquisa mais atenta permitiu-me descobrir, no entanto, na parte inferior de uma página, em letras pequenas, um link para a tabela de preços em vigor desde 1 de Janeiro de 2014. Aí estava o custo de 8,2 cêntimos, que eu referira. Afinal não me enganara.

Escrevi à UZO pedindo que me esclarecessem como é que a publicidade que faziam se relacionava com o preço que efectivamente cobravam pelas chamadas. As duas respostas entretanto recebidas foram tudo menos esclarecedoras. Pareciam tiradas de um daqueles diálogos humorísticos “non sense”, em que um dos interlocutores fala de uma coisa e o outro responde falando de outra sem relação com a primeira. Decidi não repetir a

pergunta pela terceira vez. Era fácil concluir que quem me respondeu não tinha intenção de esclarecer. Entretanto, aguardo a resposta prometida pelos CTT quanto à divergência entre a informação que fornecem ao potencial cliente sobre o preço do serviço (da UZO) e aquilo que este efectivamente custa. Veremos se é mais objectiva e esclarecedora.

Sobre tal divergência, pode argumentar-se que a culpa é do pessoal do marketing das empresas, que gosta de publicitar números redondos. Até pode ser que essa seja a razão. Mas, em tal caso, deviam publicitar o preço arredondado por excesso, nunca por defeito. Há uma realidade que não se pode escamotear: publicitar um preço inferior ao que se vai cobrar é publicidade enganosa, é um meio de defraudar os actuais e potenciais clientes.

Escreve à sexta-feira



Quando se vende gato por lebre

iCORREIO**POBREZA MATERIAL VERSUS POBREZA DE ESPÍRITO**

Alfredo Bruto da Costa ao analisar os dados do INE sobre a privação material e pobreza em Portugal pergunta “se querem transformar um país com pobres num país pobre.” O especialista em pobreza considera brutal os dados revelados em que 2 milhões de portugueses recebem menos de 409 euros mensais. O INE revela que sem apoios sociais 46% da população portuguesa entrava em situação de pobreza. O governo continua a clamar vitória! Enquanto a pobreza aumenta, a presidente do Conselho de Finanças Públicas, Teodora Cardoso, com um sorriso nos lábios, considera interessante um imposto sobre todos os levantamentos bancários. Afirma a dama dos números ser uma ideia inovadora. As start ups (ideias em negócios) começam a dar frutos. Em Guimarães, berço da nacionalidade, pensa-se na candidatura das Festas Nicolinas a património imaterial da humanidade. A vida não pode parar! Não é de estranhar que, segundo o JN, mais de metade da população acorde cansada. “Ai quem me dera ter outra vez vinte anos.”

ADEMAR COSTA – POR EMAIL



As mensagens dos leitores devem ser enviadas para o seguinte endereço: correio.leitores@ionline.pt