

Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económicos

RECOMENDAÇÃO DO CONSELHO RELATIVA ÀS LINHAS DIRECTRIZES QUE REGEM A PROTECÇÃO DOS CONSUMIDORES NO CONTEXTO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO

As leis, políticas e práticas relativas aos consumidores limitam os comportamentos fraudulentos, enganosos e desleais. Estas protecções são indispensáveis para suscitar a confiança dos consumidores e estabelecer uma relação mais equilibrada entre empresas e consumidores nas transacções comerciais.

Considerando a natureza intrinsecamente internacional das redes digitais e das tecnologias informáticas que constituem o espaço mercantil electrónico, é necessário abordar a protecção dos consumidores de um ponto de vista global, enquanto elemento de um quadro jurídico e de auto-regulação transparente e previsível para o comércio electrónico. A configuração das redes mundiais coloca um desafio a cada país ou jurisdição quanto à sua capacidade de tratar convenientemente os problemas ligados à protecção dos consumidores no contexto do comércio electrónico. Políticas nacionais heterogéneas podem constituir um obstáculo à expansão do comércio electrónico, e como tal, é através de consultas e de uma cooperação internacional que estes problemas relativos à protecção dos consumidores podem ser tratados da forma mais eficiente. Os governos dos países Membros da OCDE reconheceram que podem ser exigidas aproximações no plano internacional no sentido de trocar informações para se entenderem de uma forma geral sobre a maneira de abordar estes problemas.

Os governos aceitam o desafio de contribuírem para facilitar um desenvolvimento social e um crescimento económico com base em todas as novas tecnologias das redes, e oferecer aos seus cidadãos uma protecção dos consumidores eficiente e transparente no comércio electrónico. Existem inúmeras leis que protegem os consumidores e que enquadram as práticas comerciais. Alguns dos países da OCDE empreenderam a re-avaliação das suas leis e práticas em matéria de protecção dos consumidores, afim de determinar se é ou não necessário modificá-las para integrar os aspectos originais do comércio electrónico. Os países Membros examinam actualmente os meios através dos quais os esforços de auto-regulação podem contribuir para assegurar uma protecção eficiente e equitativa dos consumidores neste contexto. A realização destes objectivos necessita dos esclarecimentos e das contribuições do conjunto da sociedade civil, e todas estas iniciativas deveriam inscrever-se numa acção global de cooperação, que associe os governos, as empresas, os consumidores e os seus representantes.

Em Abril de 1998, o Comité de Política dos Consumidores da OCDE decidiu elaborar um conjunto de linhas directrizes com vista a proteger os consumidores que participam no comércio electrónico sem criar obstáculos às trocas. Estas linhas directrizes constituem uma recomendação dirigida aos governos, às empresas, aos consumidores e aos seus representantes, sobre as características essenciais de uma protecção efectiva dos consumidores quanto ao comércio electrónico. No entanto, nenhuma das suas disposições proíbe qualquer parte de ultrapassar essas linhas directrizes, nem impede os países Membros de conservarem ou adaptarem disposições mais rigorosas para proteger os consumidores do comércio electrónico. O objectivo das Linhas Directrizes é, designadamente, fornecer tanto um quadro como um conjunto de princípios para ajudar:

- i) Os Governos na revisão, formulação e implementação de políticas, práticas e regulamentações – se necessário – para a protecção dos consumidores e a execução das disposições existentes nesta matéria, afim de proteger eficientemente os consumidores no quadro do comércio electrónico;
- ii) As associações profissionais, os agrupamentos de consumidores e os organismos de auto-regulação, dando orientações sobre as características essenciais de uma protecção eficiente dos consumidores que deveriam ser consideradas na revisão, formulação e implementação de mecanismos de auto-regulação no contexto do comércio electrónico; e
- iii) Individualmente as empresas e os consumidores que praticam o comércio electrónico, dando-lhes indicações claras sobre as características essenciais das informações e das práticas comerciais leais que as empresas deveriam propor e com as quais os consumidores deveriam poder contar no contexto do comércio electrónico.

À luz do que precede,

O CONSELHO,

Tendo em conta o artigo 5 b) da Convenção relativa à Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económicos com data de 14 de Dezembro de 1960;

Tendo em conta a Declaração de Ministros relativa à Protecção dos Consumidores no Contexto do Comércio Electrónico de 8-9 de Outubro de 1998 [C(98)177 (Anexo 2)];

Tendo em conta a Recomendação do Conselho em relação às Linhas Directrizes que regem a Protecção da Vida Privada e os Fluxos Tranfronteiriços de Dados de Carácter Pessoal de 23 de Setembro de 1980 [C(80)58 (Final)] e a Declaração de Ministros relativa à Protecção da Vida Privada nas Redes Mundiais de 8-9 de Outubro de 1998 [C(98)177 (Anexo 1)];

Tendo em conta a Declaração de Ministros relativa à Autenticação para o Comércio Electrónico do 8-9 de Outubro de 1998 [C(98)177 (Anexo 3)];

Tendo em conta a Recomendação do Conselho em relação às Linhas Directrizes que regem a Segurança dos Sistemas de Informação de 26-27 de Novembro de 1992 [C(92)188/Final] e a Recomendação do Conselho relativa às Linhas Directrizes da OCDE que regem a Política de Criptografia de 27 de Março de 1997 [C(97)62/FINAL];

Reconhecendo que o comércio electrónico pode proporcionar aos consumidores vantagens novas e significativas, nomeadamente em termos de comodidade, de acesso a um grande leque de bens e de serviços, e de possibilidade de reunir e comparar informações sobre esses bens e serviços;

Reconhecendo que determinadas características particulares do comércio electrónico, como a facilidade e a rapidez com as quais as empresas e os consumidores podem comunicar sobre os produtos e serviços e desencadear transacções transfronteiriças, podem criar situações comerciais novas pouco conhecidas entre os consumidores e ameaçar os seus interesses, por conseguinte, é cada vez mais importante que os consumidores e as empresas estejam informados e conscientes dos seus direitos e obrigações relativamente ao mercado electrónico;

Reconhecendo que as regras em matéria da lei aplicável e da competência jurisdicional no contexto da protecção do consumidor poderiam ter incidências sobre um amplo leque de questões relativas ao comércio electrónico, tal como as regras em matéria da lei aplicável e da competência jurisdicional em outros contextos poderiam ter incidências sobre a protecção do consumidor;

Reconhecendo que a confiança dos consumidores no comércio electrónico é reforçada pelo constante desenvolvimento de mecanismos eficientes e transparentes de protecção dos consumidores, que limitam a presença na Internet de comportamentos comerciais fraudulentos, enganosos ou desleais; e

Considerando que as redes mundiais deveriam estar abertas e acessíveis a todos os consumidores;

Considerando que os governos, as empresas, os consumidores e os seus representantes deveriam consagrar uma especial atenção à implementação de sistemas de recursos tranfronteiriços eficientes.

RECOMENDA QUE OS PAÍSES MEMBROS:

tomem as medidas necessárias para executar as secções pertinentes das Linhas Directrizes incluídas no Anexo à presente Recomendação;

divulguem em grande escala as Linhas Directrizes entre todos os ministérios e organismos governamentais relevantes, todas as empresas que participam no comércio electrónico, os representantes dos consumidores, os media, as instituições do sector do ensino e outros grupos de interesse geral relevantes;

encorajem as empresas, os consumidores e os seus representantes a participar na elaboração e na avaliação das recomendações que venham a resultar das avaliações em curso sobre as regras da lei aplicável e da competência jurisdicional;

convidem os países não membros a considerarem as disposições da presente Recomendação quando re-examinarem as suas políticas, iniciativas e regulamentações relativamente aos consumidores;

efectuem consultas, cooperem e facilitem a troca de informações entre eles, e com os países não membros, as empresas, os consumidores e seus representantes, tanto a nível nacional como internacional, para proteger eficientemente os consumidores no contexto do comércio electrónico em conformidade com as Linhas Directrizes;

implementem as Linhas Directrizes de forma a encorajar a elaboração de novos modelos de empresas e de novas aplicações tecnológicas que beneficiem os consumidores, e os encorajem a tirar partido de todos os utensílios disponíveis para reforçar a sua posição de comprador; e

INCUMBE o Comité de Política dos Consumidores no sentido de trocar informações sobre o progresso e os resultados obtidos na implementação da presente Recomendação, rever estas informações e, em seguida, apresentar um relatório ao Conselho em 2002 ou antes, se for caso disso.

ANEXO

LINHAS DIRECTRIZES

PRIMEIRA PARTE ÂMBITO

As presentes Linhas Directrizes aplicam-se apenas ao comércio electrónico entre empresas e consumidores , e não a transacções entre empresas.

SEGUNDA PARTE PRINCÍPIOS GERAIS

I. PROTECÇÃO TRANSPARENTE E EFICIENTE

Os consumidores que participam no comércio electrónico devem beneficiar de uma protecção transparente e eficiente de um nível pelo menos equivalente ao da protecção assegurada em outras formas de comércio.

Os governos, as empresas, os consumidores e os seus representantes devem colaborar para assegurar uma protecção desta natureza e determinar quais são as eventuais alterações necessárias para contemplar as particularidades do comércio electrónico.

II. PRÁTICAS LEAIS EM MATÉRIA DE COMÉRCIO, DE PUBLICIDADE E DE COMERCIALIZAÇÃO

Os consumidores que participam no comércio electrónico devem ter em devida consideração os interesses dos consumidores e agir de forma leal nas suas práticas em matéria de comércio, publicidade e comercialização.

As empresas não devem fazer declarações ou omissões, nem comprometerem-se em quaisquer práticas susceptíveis de serem falsas, enganosas, fraudulentas ou desleais.

As empresas que asseguram a venda, promoção ou comercialização de bens e serviços junto dos consumidores não devem comprometer-se em práticas susceptíveis de causar um risco excessivo de prejuízo para os consumidores.

Quando as empresas disponibilizam informações que lhes dizem respeito ou que sejam relativas a bens e serviços que oferecem, devem apresentar estas informações de forma clara, visível, exacta e de fácil acesso.

As empresas devem agir em conformidade com eventuais declarações que façam sobre políticas ou práticas relativas às suas transacções com os consumidores.

As empresas devem ter em conta o carácter mundial do comércio electrónico e, sempre que possível, considerar as diversas características regulamentares dos mercados que têm como alvo.

As empresas não devem explorar as especificidades do comércio electrónico para dissimular a sua verdadeira identidade ou localização, ou para evitar ter de se ajustar a normas de protecção dos consumidores e/ou a mecanismos de aplicação.

As empresas não devem utilizar cláusulas contratuais abusivas.

A publicidade e a comercialização devem ser claramente reconhecíveis como tal.

Na publicidade e na comercialização, a identidade da empresa para a qual se efectua essa publicidade ou marketing tem de estar indicada, sempre que a ausência de identificação possa ser enganosa.

As empresas devem poder justificar quaisquer declarações, implícitas ou explícitas, enquanto estas persistirem e durante um prazo subsequente razoável.

As empresas devem aperfeiçoar e aplicar procedimentos eficazes e fáceis de utilizar que concedam aos consumidores a possibilidade de aceitar ou recusar a recepção de mensagens electrónicas comerciais não solicitadas.

Sempre que os consumidores tenham indicado que não desejam receber tais mensagens electrónicas comerciais não solicitadas, esta escolha tem de ser respeitada.

Em determinados países, o correio electrónico comercial não solicitado tem de responder a regras jurídicas ou de auto-regulação específicas.

As empresas deveriam ter especial cuidado na publicidade ou comercialização de produtos destinados a crianças, pessoas idosas, pessoas gravemente doentes e a todos os que possam não ter capacidade de compreender totalmente as informações que lhes são apresentadas.

III. INFORMAÇÕES VIA INTERNET

A. INFORMAÇÕES RELATIVAS À EMPRESA

As empresas envolvidas em actividades de comércio electrónico com quaisquer consumidores devem fornecer informações exactas, claras e de fácil acesso sobre si próprias, e que sejam em número suficiente para permitir, no mínimo:

- i) a identificação da empresa – designadamente a denominação e a forma comercial da empresa, o endereço geográfico do estabelecimento principal, o seu endereço electrónico ou outro meio que permita contactar a empresa por via electrónica ou o seu número de telefone; e, se aplicável, um endereço para fins de registo e qualquer número útil de registo ou de licença oficial;
- ii) uma comunicação rápida, fácil e eficiente com a empresa;
- iii) um regulamento apropriado e eficaz dos litígios;

- iv) a notificação de actos processuais; e
- v) a localização da empresa e dos seus administradores pelas autoridades encarregadas da regulamentação e do controlo da aplicação das leis.

Quando uma empresa declara ser membro de um mecanismo de auto-regulação, associação profissional, organização de resolução de litígios ou qualquer outro organismo de certificação relevante, essa empresa deve fornecer aos consumidores as coordenadas adequadas e um meio fácil de verificar essa declaração e de aceder aos códigos e práticas aplicáveis do organismo de certificação.

B. INFORMAÇÕES SOBRE BENS E SERVIÇOS

As empresas que participam no comércio electrónico com os consumidores devem fornecer informações exactas e de fácil acesso que descrevam os bens ou serviços oferecidos, em número suficiente para permitir aos consumidores decidir, com conhecimento de causa, comprometer-se ou não na transacção, e que sejam apresentadas de forma a permitir aos consumidores conservar um registo adequado dessas informações.

C. INFORMAÇÕES SOBRE A TRANSACÇÃO

As empresas que participam no comércio electrónico devem fornecer informações suficientes sobre as modalidades, condições, e custos associados à transacção para permitir aos consumidores decidir, com total conhecimento de causa, comprometer-se ou não na transacção.

Estas informações devem ser claras, exactas, de fácil acesso, e fornecidas de forma a oferecer ao consumidor a possibilidade real de as examinar antes de se comprometer na transacção.

Quando a transacção pode ser efectuada em mais de uma língua, as empresas devem tornar disponível nessas mesmas línguas todas as informações necessárias para permitir aos consumidores tomar uma decisão em relação à transacção, com conhecimento de causa.

As empresas devem fornecer aos consumidores um texto claro e completo das modalidades e condições da transacção de forma a permitir aos consumidores aceder a essas informações e conservar um registo adequado.

De acordo com as necessidades, e se for apropriado tendo em conta a transacção, essas informações devem incluir os seguintes elementos:

- i) a descrição detalhada do conjunto dos custos cobrados e/ou impostos pela empresa;
- ii) a indicação da existência de outros custos normalmente devidos pelo consumidor, não cobrados pela empresa e/ou não impostos pela mesma;
- iii) as condições de entrega ou execução;
- iv) as modalidades, condições e modos de pagamento;
- v) as restrições, limitações ou condições associadas à compra, tal como o acordo obrigatório do pai ou tutor, ou as restrições geográficas ou temporais;
- vi) o modo de utilização e designadamente as advertências relativas a questões de segurança e saúde;
- vii) as informações relativas ao serviço de pós-venda disponível;

- viii) os pormenores e as modalidades em matéria de revogação, resolução, reenvio, troca, anulação e/ou reembolso; e
- ix) as disposições em matéria de garantia comercial e outras;

Todas as informações que façam referência a custos devem indicar a moeda utilizada.

IV. PROCESSO DE CONFIRMAÇÃO

Para evitar qualquer ambiguidade quanto às intenções de compra do consumidor, este deverá ser capaz, antes de concluir a transacção, de reconhecer com exactidão os bens ou serviços que deseja comprar, identificar e corrigir quaisquer erros e modificar a encomenda, exprimir o seu consentimento claro e informado sobre a compra, e conservar um registo completo e exacto da transacção.

O consumidor deve poder cancelar a transacção antes de concluir a compra.

V. PAGAMENTO

Os consumidores devem dispor de mecanismos de pagamento seguros e de fácil utilização, bem como de informações sobre o nível de segurança que esses mecanismos proporcionam.

As limitações de responsabilidade em caso de utilização não autorizada ou fraudulenta dos sistemas de pagamento, e os mecanismos de reembolso constituem poderosas ferramentas para reforçar a confiança dos consumidores, devendo o seu desenvolvimento e utilização ser encorajados no contexto do comércio electrónico.

VI. RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS E RECURSO

A. LEI APLICÁVEL E COMPETÊNCIA JURISDICIONAL

As transacções transfronteiriças entre empresas e consumidores, quer sejam efectuadas por via electrónica ou outra, estão sujeitas ao quadro existente em matéria de lei aplicável e de competência jurisdicional.

O comércio electrónico impõe inúmeros desafios ao actual quadro legal. Por conseguinte, torna-se necessário avaliar se o quadro actual que rege a lei aplicável e a competência jurisdicional deve ou não ser modificado, ou aplicado de forma diferente, para assegurar uma protecção efectiva e transparente dos consumidores no contexto do contínuo crescimento do comércio electrónico.

Ao considerar se o quadro existente deve ou não ser modificado, os governos deverão envidar os seus esforços no sentido de assegurar que o quadro seja equitativo para os consumidores e para as empresas, facilite o comércio electrónico e resulte em garantir que os consumidores tenham um nível de protecção pelo menos equivalente ao nível proporcionado por outras formas de comércio, e que forneça ainda aos consumidores um acesso eficiente a vias de resolução de litígios justas e rápidas, sem encargos nem custos adicionais indevidos.

B. VIAS ALTERNATIVAS DE RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS E DE RECURSO

Os consumidores devem dispor de um acesso eficiente a vias alternativas de resolução de litígios e de recurso, sem encargos nem custos adicionais indevidos.

As empresas, os representantes dos consumidores e os governos devem trabalhar em conjunto para continuar a utilizar e a implementar políticas e procedimentos de auto-regulação justos, efectivos e transparentes, bem como outras políticas e procedimentos, incluindo mecanismos alternativos de resolução de litígios, para dar resposta a reclamações dos consumidores e resolver conflitos resultantes do comércio electrónico entre empresas e consumidores, tendo em especial atenção as transacções transfronteiriças.

- i) As empresas e os representantes dos consumidores devem continuar a estabelecer mecanismos internos equitativos, eficientes e transparentes para tratar das reclamações e dificuldades dos consumidores e dar resposta de forma justa e atempada, sem encargos ou custos indevidos para o consumidor. Os consumidores devem ser encorajados a tirar partido desses mecanismos.
- ii) As empresas e os representantes dos consumidores devem continuar a estabelecer programas de cooperação e de auto-regulação, para dar resposta às reclamações dos consumidores e para os ajudar a resolver quaisquer litígios decorrentes do comércio electrónico entre empresas e consumidores.
- iii) As empresas, os representantes dos consumidores e os governos devem trabalhar em conjunto para continuar a fornecer aos consumidores opções alternativas de mecanismos de resolução de litígios, que assegurem a resolução eficaz dos litígios de forma equitativa e rápida, sem encargos nem custos indevidos para o consumidor.
- iv) Na implementação das estipulações precedentes, as empresas, os representantes dos consumidores e os governos devem utilizar de forma inovadora as tecnologias de informação e tirar partido das mesmas para aperfeiçoar a sensibilização e a liberdade de escolha dos consumidores.

Por conseguinte, são requeridos estudos adicionais com vista a atingir, a nível internacional, os objectivos descritos na secção VI.

VII. PROTECÇÃO DA VIDA PRIVADA

As actividades de comércio electrónico entre empresas e consumidores devem ser conduzidas em conformidade com os princípios aceites de Protecção da Vida Privada descritos nas Linhas Directrizes da OCDE que regem a Protecção da Vida Privada e os Fluxos Transfronteiriços de Dados de Carácter Pessoal (1980), e tendo em conta a Declaração de Ministros da OCDE relativa à Protecção da Vida Privada em Redes Mundiais (1998), de forma a assegurar aos consumidores uma protecção eficiente e apropriada.

VIII. EDUCAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO

Os governos, as empresas e os representantes dos consumidores devem trabalhar em conjunto no sentido de garantir a educação dos consumidores sobre o comércio electrónico, promover uma tomada de decisão esclarecida por parte dos consumidores que nele participem, e aumentar a sensibilização

das empresas e dos consumidores no quadro de protecção dos consumidores que se aplica às actividades via Internet.

Os governos, as empresas, os media, os estabelecimentos de ensino e os representantes dos consumidores devem usar todos os meios eficazes para assegurar a educação dos consumidores e das empresas, utilizando nomeadamente as técnicas inovadoras que as redes mundiais tornam possíveis.

Os governos, os representantes dos consumidores e as empresas devem envidar esforços conjuntos no sentido de disponibilizar aos consumidores e às empresas, à escala mundial, informações sobre as leis e vias de recurso aplicáveis em matéria de protecção dos consumidores, sob uma forma que seja facilmente acessível e perceptível.

TERCEIRA PARTE IMPLEMENTAÇÃO

Para concretizar os objectivos da presente Recomendação, os países Membros devem, a nível nacional e internacional, e em cooperação com as empresas, consumidores e seus representantes:

- a) rever e, se necessário, promover práticas de auto-regulação e/ou adoptar e adequar leis e práticas que sejam aplicáveis ao comércio electrónico, tendo em conta os princípios de neutralidade da tecnologia e dos meios de comunicação;
- b) encorajar o sector privado no sentido de continuar a assumir um papel de líder, incluindo a participação dos representantes dos consumidores no desenvolvimento de mecanismos de auto-regulação eficientes que contenham normas básicas específicas para mecanismos de resolução de litígios e de conformidade.
- c) encorajar o sector privado no sentido de continuar a assumir um papel de líder no desenvolvimento da tecnologia como ferramenta para proteger os consumidores e dar-lhes mais poder;
- d) promover, da forma mais abrangente possível, a existência, os objectivos e o conteúdo das Linhas Directrizes, e promover a sua utilização; e
- e) dar a possibilidade aos consumidores de acederem a meios de informação e aconselhamento sobre consumo, e apresentarem queixas relativas ao comércio electrónico.

QUARTA PARTE COOPERAÇÃO MUNDIAL

Com vista a assegurar uma protecção eficiente dos consumidores no contexto do comércio electrónico mundial, os países Membros devem:

Facilitar a comunicação, cooperação e, quando apropriado, a elaboração e execução de iniciativas conjuntas a nível internacional entre as empresas, os representantes dos consumidores e os governos;

Através das suas autoridades encarregadas da justiça, regulamentação e respectiva execução, cooperar a nível internacional, conforme necessário, através de troca de informações, coordenação das suas acções, facilitando a comunicação e executando planos conjuntos para lutar contra condutas comerciais transfronteiriças fraudulentas, enganadoras e desleais;

Fazer uso das redes internacionais existentes e celebrar contratos ou outros acordos bilaterais e/ou multilaterais, em conformidade com as necessidades e circunstâncias, para levar a efeito essa cooperação.

Envidar esforços com vista a chegar a consenso, tanto a nível nacional como internacional, em relação a medidas de protecção essenciais para os consumidores, de forma a promover os objectivos de reforçar a confiança dos consumidores, a predictibilidade das empresas e a protecção dos consumidores.

Cooperar e trabalhar na elaboração de contratos ou outro tipo de acordos para o reconhecimento mútuo e a observância de decisões judiciais resultantes de litígios entre consumidores e empresas, ou de decisões decorrentes de acções de cumprimento da lei empreendidas para combater quaisquer comportamentos comerciais fraudulentos, enganosos ou desleais.

Linhas Directrizes da OCDE que regem a protecção dos consumidores no contexto do comércio electrónico

Perguntas mais frequentes

As vantagens, tanto no plano intelectual como cultural, que as redes globais como a Internet¹ têm para oferecer, conjugadas com o crescimento económico e comercial, bem como com a comodidade e maior capacidade de escolha que o comércio electrónico promete, atraem cada vez mais utilizadores. Hoje em dia estima-se que cerca de 201 milhões de pessoas em todo o mundo têm acesso à Internet (prevê-se mais de 500 milhões de utilizadores da Internet para o ano 2003²), dos quais cerca de 28,8 milhões irão despende 8 biliões de dólares americanos³ em compras através da Internet em 1999. Este rápido crescimento chamou a atenção para os potenciais benefícios e riscos do comércio electrónico entre as empresas e os consumidores.

Porque são necessárias as Directrizes?

Ainda que um leque cada vez mais vasto de produtos e serviços esteja disponível para venda na Internet, o número de transacções realmente efectuadas através da Internet está longe de corresponder à intensidade da sua utilização em geral, o que leva a crer que os consumidores ainda não abraçaram totalmente a ideia de efectuarem as suas compras electronicamente. Frequentemente, a experiência mais comum de compra no mercado electrónico consiste no uso de ferramentas tecnológicas para pesquisar produtos e serviços e, em seguida, voltar aos métodos mais tradicionais – tal como o telefone, o fac-símile ou a compra a retalho – para concretização da compra.

A venda de bens e serviços na Internet é um fenómeno novo. As empresas, desejosas de fazer negócio via Internet, negligenciam por vezes os princípios fundamentais da venda e dos serviços à clientela. Com efeito, até as mais reputadas e bem intencionadas empresas omitem a disponibilização na Internet de quaisquer informações fundamentais sobre as pessoas a contactar, a descrição das condições essenciais dos contratos, e esclarecimentos sobre os mecanismos de resolução de quaisquer litígios ou recurso. A natureza restrita, para não dizer a ausência pura e simples, de contacto pessoal nas relações através da Internet entre empresas e consumidores, acentua a necessidade de implementar um espaço mercantil electrónico previsível e digno da confiança do consumidor. As *Linhas Directrizes da OCDE que regem a protecção dos consumidores no contexto do comércio electrónico* pretendem contribuir na eliminação de algumas das muitas incertezas com as quais se deparam os consumidores e as empresas no comércio electrónico, bem como clarificar os seus respectivos direitos e responsabilidades nesse contexto.

Como foram desenvolvidas as Linhas Directrizes?

Todos os trabalhos da OCDE relacionados com o comércio electrónico reconhecem a importância primordial do contributo da sociedade civil para a elaboração de estratégias e de ferramentas eficazes no plano mundial. As *Linhas Directrizes* não fogem à regra, são o resultado de um ano e meio de discussões no seio do Comité de Política dos Consumidores, que promoveu a sua reflexão em estreita colaboração com os representantes das empresas e dos consumidores – no quadro da OCDE (através do

¹ Fonte: Inquérito NUA «How Many Online».

² Fonte: IDC Research

³ Fonte: Forrester Research Inc.

Comité Consultivo para a Indústria e Comércio e da *Consumers International*), bem como a nível nacional.

O que é uma recomendação da OCDE? Será um texto vinculativo?

A OCDE é uma organização intergovernamental composta por 29 países Membros, que representa os países desenvolvidos do mundo. A organização proporciona aos governos um fórum para discussão de políticas económicas e sociais com vista a promover o crescimento económico, a criação de empregos, as trocas e o desenvolvimento. Apesar da OCDE não ter poderes governamentais e os seus trabalhos terem uma base consensual, as trocas de pontos de vista entre os países Membros resultam por vezes em recomendações práticas tais como as Linhas Directrizes que regem a protecção dos consumidores no contexto do comércio electrónico, as Linhas Directrizes que regem a protecção da vida privada (1980) ou ainda as que dizem respeito à política de criptografia (1997). Ainda que este tipo de texto não seja vinculativo, implica uma forte obrigação moral para os países Membros no sentido de utilizarem e implementarem estas recomendações práticas, que eles próprios elaboraram em conjunto.

Como irão as Linhas Directrizes ser utilizadas?

As Linhas Directrizes foram concebidas para serem uma ferramenta neutra face às outras tecnologias, destinada a ajudar os governos, as empresas e os representantes dos consumidores, providenciando-lhes orientações práticas para criar e manter a confiança dos consumidores no comércio electrónico. As Linhas Directrizes consistem nos principais aspectos do comércio electrónico entre as empresas e os consumidores e reflectem a protecção legal da qual beneficiam as formas tradicionais de comércio. Acentuam a importância que convém conceder à transparência e divulgação de informações, bem como à necessidade de cooperação entre governos, empresas e consumidores, a nível nacional e internacional.

O objectivo das Linhas Directrizes é fornecer um conjunto de princípios para ajudar:

- *Os governos* - na formulação, re-avaliação (e adaptação, se necessário) e implementação de políticas e iniciativas de protecção dos consumidores no quadro do comércio electrónico;
- *As empresas, os agrupamentos de consumidores e as entidades de auto-regulação* - proporcionando orientações sobre as características essenciais da protecção dos consumidores que devem ser consideradas na elaboração e implementação de mecanismos de auto-regulação;
- *Individualmente as empresas e os consumidores* – dando-lhes indicações sobre as informações essenciais a divulgar e as práticas comerciais leais que as empresas deveriam propor e com as quais os consumidores deveriam poder contar, no contexto do comércio electrónico.

E quanto à competência jurisdicional e o recurso dos consumidores?

No decurso dos trabalhos para delinear as Linhas Directrizes, o Comité de Política dos Consumidores efectuou uma reflexão aprofundada sobre as questões relacionadas com a competência jurisdicional, a lei aplicável e o acesso a vias de recurso. Devido à vasta e ampla natureza destes assuntos, as preocupações e questões que suscitam quanto a saber como seria aconselhável de os considerar no contexto do comércio electrónico não dizem exclusivamente respeito à protecção dos consumidores. No entanto, considerando o potencial da Internet para aumentar o número de transacções transfronteiriças directas entre as empresas e os consumidores, torna-se imprescindível que os interesses dos consumidores sejam devidamente tidos em conta.

A formulação utilizada na secção consagrada nas Linhas Directrizes à lei aplicável e competência jurisdicional, reflecte a complexidade e a actual falta de consenso internacional sobre estas questões.

As Linhas Directrizes reconhecem que todas as transações transfronteiriças entre empresas e consumidores estão sujeitas ao quadro existente em matéria de lei aplicável e competência jurisdicional, mas também que o comércio electrónico levanta alguns desafios a este quadro. As Linhas Directrizes apelam para um esforço contínuo sobre todas estas questões no sentido de assegurar que os interesses dos consumidores são devidamente considerados na implantação do quadro de competência jurisdicional do comércio electrónico.

As Linhas Directrizes chamam igualmente a atenção para a importância de fornecer aos consumidores um acesso a vias de recurso equitativas e rápidas, sem encargos nem custos adicionais indevidos, e fomenta o desenvolvimento de mecanismos alternativos de resolução de litígios. A adopção de meios judiciais para a resolução de conflitos entre consumidores e empresas é geralmente um processo difícil, oneroso e que consome muito tempo a todos os envolvidos - problemas que se podem agravar no caso de litígios transfronteiriços. Tal como em outras formas de comércio, a implementação e promoção de vias de resolução alternativas pode ajudar a evitar acções legais mais dispendiosas. O tratamento rápido, simples e equitativo das queixas dos consumidores e o estabelecimento de mecanismos eficientes de resolução de litígios via Internet, sem encargos ou custos adicionais indevidos, podem contribuir em grande medida para reforçar a confiança dos consumidores.

O que acontece em seguida?

O Comité de Política dos Consumidores continuará a cooperar com os representantes das empresas e dos consumidores, bem como com toda a sociedade civil, para assegurar a implementação efectiva das Linhas Directrizes e contribuir para a sensibilização dos consumidores e das empresas em relação aos seus direitos e responsabilidades no espaço mercantil electrónico. O Comité continuará a envidar os seus esforços afim de fomentar o diálogo internacional sobre questões de protecção dos consumidores, encorajando os governos, as empresas e os representantes dos consumidores a trabalharem em conjunto e a beneficiarem mutuamente das experiências pessoais de cada um.