

Projeto de Lei n.º 173/XIV/1.ª (PAN)

Diminui o período máximo de fidelização no âmbito das comunicações electrónicas e introduz novos elementos obrigatórios ao contrato

Data de admissão: 20 de dezembro de 2020

Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação

Índice

I. Análise da iniciativa

II. Enquadramento parlamentar

III. Apreciação dos requisitos formais

IV. Análise de direito comparado

V. Consultas e contributos

VI. Avaliação prévia de impacto

VII. Enquadramento bibliográfico

VIII. Anexo

Elaborado por: Isabel Pereira (DAPLEN); Nuno Amorim (DILP); Paula Faria (BIB); Liliane Sanches da Silva e Cátia Duarte (DAC)

Data: 21 de fevereiro de 2020

I. Análise da iniciativa

- **A iniciativa**

A presente iniciativa procede a alterações à Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro, que estabeleceu o regime jurídico das comunicações eletrónicas.

O impulso legiferante assenta fundamentalmente na verificação de dois problemas referentes ao encarecimento dos serviços, prestados pelas operadoras, sem fidelização e nos encargos imputados ao consumidor aquando da rescisão do contrato antes do termino do período de fidelização.

Embora se reconheçam os avanços alcançados com a Lei das Comunicações Eletrónicas, nomeadamente quanto à informação dada em período pré-contratual e contratual, bem como na promoção da transparência no período de fidelização, os proponentes referem, não obstante, que *“a taxa de mudança em Portugal é manifestamente diminuta quando comparada com a média europeia, consubstanciando as cláusulas de fidelização a principal barreira à mudança”*.

Nos termos da Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro, as operadoras devem permitir ao consumidor optar conscientemente entre serviços com e sem período de fidelização, sendo que essa escolha deverá ser baseada em informação clara e acessível que permita ao consumidor aferir da *“relação entre custo e benefício associada às diferentes ofertas comerciais”*.

Verificou-se, contudo, mediante estudos de mercado, que algumas operadoras dão maior visibilidade às ofertas de serviços com fidelização e, paralelamente, encarecem os valores da instalação e ativação dos serviços sem fidelização, afastando os consumidores destes serviços e retirando-lhes a natureza de verdadeiras alternativas aos serviços com fidelização.

A penalização dos consumidores que pretendam rescindir contrato antes do termino do período de fidelização é outra barreira, dado que se tem verificado ser desproporcional

em termos de encargos e obscura a nível de informação pré-contratual dada aos consumidores.

Neste sentido, propõem-se alterações ao artigo 48.º da Lei das Comunicações Eletrónicas, em sede de fidelização, mediante diminuição do período máximo de fidelização de 24 para 6 meses e, a nível de prestação de informação, de ser imperativo, para as operadoras, prestar informação aos consumidores, relativamente aos encargos decorrentes da rescisão do contrato.

- **Enquadramento jurídico nacional**

A Lei das Comunicações Eletrónicas, foi aprovada pela [Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro](#)¹. Este diploma surge na sequência das Diretivas n.ºs [2002/21/CE](#) (diretiva quadro) e [2002/20/CE](#) (diretiva serviço universal) do Parlamento e do Conselho, que estabelecem um quadro harmonizado para a regulamentação dos serviços de comunicações eletrónicas, das redes de comunicações eletrónicas e dos recursos e serviços conexos, bem como instauram um mercado interno dos serviços e redes de comunicações eletrónicas.

Naquela estabelece-se o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações eletrónicas e aos recursos e serviços conexos e define as competências da autoridade reguladora nacional neste domínio, transpondo ainda as referidas diretivas e ainda a [Diretiva 2002/19/CE, do Parlamento e do Conselho](#).

Como entidade reguladora, de fiscalização, supervisão e sancionamento no âmbito das redes e serviços de comunicações eletrónicas, bem como dos recursos e serviços conexos, foi designada a [Autoridade Nacional de Comunicações](#) (ANACOM), designada de Autoridade Reguladora Nacional (ARN) conforme previsto na alínea *g*) do artigo 3.º.

A existência de um período de fidelização depende da atribuição de uma qualquer vantagem ao consumidor devidamente identificada e quantificada e associada à subsídio dos equipamentos, à instalação e ativação dos serviços ou eventualmente quaisquer outras condições promocionais que o operador entenda oferecer. A

¹ Diploma consolidado retirado do portal oficial do [Diário da República Eletrónico](#).

informação relativa à duração dos contratos, incluindo as condições da sua renovação e cessação, deve ser clara, perceptível, disponibilizada em suporte duradouro e incluir as seguintes indicações:

- Eventual período de fidelização, cuja existência depende da atribuição de qualquer vantagem ao consumidor, identificada e quantificada, associada à subsídio de equipamentos terminais, à instalação e ativação do serviço ou a outras condições promocionais;
- Eventuais encargos decorrentes da portabilidade dos números e outros identificadores; e
- da cessação antecipada do contrato durante o período de fidelização, por iniciativa do assinante, nomeadamente em consequência da recuperação de custos associados à subsídio de equipamentos terminais, à instalação e ativação do serviço ou a outras condições promocionais.

A duração total do período de fidelização neste tipo de contratos nunca pode ser superior a 24 meses, exceto quando se verificarem dois requisitos cumulativos: por um lado, tem de existir uma alteração contratual que implique a atualização dos equipamentos ou da infraestrutura tecnológica, por outro lado tem de existir uma aceitação expressa do consumidor.

Com a alteração operada pela [Lei n.º 15/2016, de 17 de junho](#), as empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público ficaram obrigadas a oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos sem qualquer tipo de fidelização, bem como contratos com fidelização de 6 e 12 meses devendo, para este efeito, publicita-los de forma claramente legível e no mesmo local onde são publicitados os contratos com fidelizações. Esta informação deve igualmente estar facilmente acessível ao consumidor e incluir, no caso dos contratos com fidelização, a relação custo/benefício.

Durante o período de fidelização, os encargos para o assinante, decorrentes da resolução do contrato por sua iniciativa, não podem ultrapassar os custos que o fornecedor teve com a instalação da operação, sendo proibida a cobrança de qualquer contrapartida a título indemnizatório ou compensatório, devendo estes ser proporcionais à vantagem que lhe foi conferida e como tal identificada e quantificada no contrato

celebrado, não podendo em consequência corresponder automaticamente à soma do valor das prestações vincendas à data da cessação.

A partir de 25 de maio de 2019, os operadores passaram também a ter de disponibilizar aos assinantes que o solicitem uma fatura gratuita com um nível mínimo de informação, que inclui a data em que termina o período de fidelização, bem como o valor a pagar pelo cliente caso pretenda terminar o contrato na data de emissão dessa fatura².

Com relevo para a apreciação da presente iniciativa cumpre mencionar o portal na Internet da [ANACOM](#).

II. Enquadramento parlamentar

- **Iniciativas pendentes (iniciativas legislativas e petições)**

Efetuada uma pesquisa à base de dados da atividade parlamentar, verificou-se que, neste momento, sobre esta matéria, se encontra pendente apenas a seguinte iniciativa: - [Projeto de Lei n.º 142/XIV/1ª \(PEV\)](#) – “Limita o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas”

- **Antecedentes parlamentares (iniciativas legislativas e petições)**

Na XIII Legislatura foram apresentadas as seguintes iniciativas legislativas sobre matéria idêntica ou conexa:

- [Projeto de Lei 818/XIII/3.ª \(PSD\)](#) – “Altera a Lei das Comunicações Eletrónicas”;
- [Projeto de Lei 817/XIII/3.ª \(PAN\)](#) – “Diminui o período máximo de fidelização no âmbito das comunicações electrónicas e introduz novos elementos obrigatórios ao contrato”;
- [Projeto de Lei n.º 815/XIII/3ª \(BE\)](#) – “Reforça a proteção dos clientes de serviços de comunicações eletrónicas nos contratos de fidelização (13.ª alteração à Lei das Comunicações Eletrónicas)”;

² A ANACOM [definiu](#) o nível mínimo de detalhe e informação das faturas a assegurar aos assinantes sem quaisquer encargos.

- [Projeto de Lei n.º 759/XIII/3ª \(BE\)](#) – “Recupera para o domínio público a propriedade e gestão da rede básica de telecomunicações e a prestação do serviço universal de telecomunicações (segunda alteração à Lei de Bases das Telecomunicações, Lei n.º 91/97, de 1 de agosto)”

- [Projeto de Lei n.º 580/XIII/3ª \(PEV\)](#) – “Limita o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas”

III. **Apreciação dos requisitos formais**

- **Conformidade com os requisitos constitucionais, regimentais e formais**

A iniciativa em apreciação é apresentada pelo Grupo Parlamentar do Pessoas-Animais-Natureza (PAN), ao abrigo e nos termos do n.º 1 do artigo 167.º da [Constituição](#) e do artigo 118.º do [Regimento da Assembleia da República](#) (RAR), que consagram o poder de iniciativa da lei. Trata-se de um poder dos Deputados, por força do disposto na alínea *b*) do artigo 156.º da Constituição e *b*) do n.º 1 do artigo 4.º do RAR, bem como dos grupos parlamentares, por força do disposto na alínea *g*) do n.º 2 do artigo 180.º da Constituição e da alínea *f*) do artigo 8.º do RAR.

É subscrita por quatro Deputados, observando o disposto no n.º 1 do artigo 123.º do RAR, e assume a forma de projeto de lei, em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 119.º do RAR.

A iniciativa encontra-se redigida sob a forma de artigos, tem uma designação que traduz sinteticamente o seu objeto principal e é precedida de uma breve exposição de motivos, cumprindo os requisitos formais previstos no n.º 1 do artigo 124.º do RAR.

Observa igualmente os limites à admissão da iniciativa estabelecidos no n.º 1 do artigo 120.º do RAR, uma vez que parece não infringir a Constituição ou os princípios nela consignados e define concretamente o sentido das modificações a introduzir na ordem legislativa.

Deu entrada a 18 de dezembro de 2019, foi admitida a 20 de dezembro, e baixou, na generalidade, à Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação, tendo sido anunciada nesse mesmo dia.

- **Verificação do cumprimento da lei formulário**

A Lei n.º 74/98, de 11 de novembro, alterada e republicada pela [Lei n.º 43/2014, de 11 de julho](#), de ora em diante designada como lei formulário, contém um conjunto de normas sobre a publicação, identificação e formulário dos diplomas que são relevantes em caso de aprovação da presente iniciativa.

O presente projeto de lei pretende diminuir o período máximo de fidelização no âmbito das comunicações eletrónicas e introduz novos elementos obrigatórios no contrato, alterando a [Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro](#).

O título da presente iniciativa legislativa traduz sinteticamente o seu objeto, em conformidade com o disposto no n.º 2 do artigo 7.º da *lei formulário*.

Todavia, apesar de o artigo 2.º da iniciativa legislativa se encontrar em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 6.º da referida lei, na parte em que “ *Os diplomas que alterem outros devem (...) caso tenha havido alterações anteriores, identificar aqueles diplomas que procederam a essas alterações, ainda que incidam sobre outras normas*”³, no título nada se refere quanto à ordem de alteração.

Consultado o Diário da República Eletrónico verifica-se que a mencionada lei foi alterada pelo Decreto-Lei n.º 176/2007, de 8 de maio, pela Lei n.º 35/2008, de 28 de julho, pelos Decretos-Leis n.ºs 123/2009, de 21 de maio, e 258/2009, de 25 de setembro, pelas Leis n.ºs 46/2011, de 24 de junho, s 51/2011, de 13 de setembro, 10/2013, de 28 de janeiro, e 42/2013, de 3 de julho, pelo Decreto-Lei n.º 35/2014, de 7 de março, pelas Leis n.ºs 82-B/2014, de 31 de dezembro, 127/2015, de 3 de setembro, e 15/2016, de 17 de junho, e pelo Decreto-Lei n.º 92/2017, de 31 de julho, pelo que, em caso de aprovação, esta será a décima terceira alteração.

³ Segundo as regras da legística, a referida indicação deve ser feita no título das iniciativas.

Assim, relativamente ao título sugere-se a seguinte alteração:

“Reduz o período máximo de fidelização no âmbito das comunicações eletrónicas e introduz novos elementos obrigatórios ao contrato, procedendo à décima terceira alteração à Lei das Comunicações Eletrónicas, aprovada pela Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro”

Em caso de aprovação em votação final global, deve ser publicada sob a forma de lei na 1.ª série do Diário da República, conforme o disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 3.º da *lei formulário*, e entra em vigor no primeiro dia do mês seguinte ao da sua publicação, conforme previsto no artigo 3.º do articulado e no n.º 1 do artigo 2.º da citada *lei formulário*, segundo o qual “*Os atos legislativos entram em vigor no dia nele fixado, não podendo, em caso algum, o início da vigência verificar-se no próprio dia da publicação.*”

Na presente fase do processo legislativo a iniciativa em apreço não nos parece suscitar outras questões em face da lei formulário.

- **Regulamentação ou outras obrigações legais**

A presente iniciativa não prevê a necessidade de regulamentação posterior das suas normas, nem condiciona a sua aplicação ao cumprimento de qualquer obrigação legal.

IV. Análise de direito comparado

- **Enquadramento no plano da União Europeia**

A matéria relacionada com a fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas, está intrinsecamente ligada à defesa dos consumidores, pelo que, nos termos do artigo 4º do Tratado de Funcionamento sobre a União Europeia (TFUE), a União Europeia (UE) tem competência partilhada neste domínio, estando esta matéria prevista no artigo [169.º do TFUE](#).

No que respeita às comunicações eletrónicas especificamente, foi publicada em 17 de dezembro de 2018, a [Diretiva \(UE\) 2018/1972](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de dezembro de 2018, (objeto de posterior alteração pela retificação da Diretiva (UE) 2018/1972 do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de dezembro de 2018 e pelo [Regulamento de Execução \(UE\) 2019/2243 da Comissão, de 17 de dezembro de 2019](#)) que estabelece o Código Europeu das Comunicações Eletrónicas.

A referida Diretiva entrou em vigor a 20 de dezembro de 2018, devendo as novas regras entrar em vigor nos países da União Europeia até 21 de dezembro de 2020, representando o Código Europeu uma reformulação horizontal das 5 diretivas existentes e que compõe o atual quadro regulamentar das redes e serviços de comunicações eletrónicas, nomeadamente:

- [Diretiva 2002/19/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa ao acesso e interligação de redes de comunicações eletrónicas e recursos conexos (Diretiva Acesso);
- [Diretiva 2002/20/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa à autorização de redes e serviços de comunicações eletrónicas (Diretiva Autorização);
- [Diretiva 2002/21/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa a um quadro regulamentar comum para as redes e serviços de comunicações eletrónicas (Diretiva-Quadro);
- [Diretiva 2002/22/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa ao serviço universal e aos direitos dos utilizadores em matéria de redes e serviços de comunicações eletrónicas (Diretiva Serviço Universal) e,
- [Diretiva 2002/58/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de julho de 2002, relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas (Diretiva relativa à privacidade e às comunicações eletrónicas)

Assim, o Código Europeu das Comunicações Eletrónicas *estabelece um quadro harmonizado para a regulação das redes de comunicações eletrónicas, dos serviços de*

comunicações eletrónicas, dos recursos conexos e dos serviços conexos e de certos aspetos dos equipamentos terminais (cfr. Artigo 1.º, n.º1).

Neste sentido, refere o artigo 105.º daquele instrumento, sob a epígrafe “Duração do contrato e rescisão” que, *“Os Estados-Membros asseguram que as condições e procedimentos de rescisão do contrato não constituem um desincentivo à mudança de fornecedor de serviço e que os contratos celebrados entre consumidores e fornecedores de serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público, que não os serviços de comunicações interpessoais independentes do número e os serviços de transmissão utilizados para a prestação de serviços máquina a máquina, não estipulam um compromisso superior a 24 meses. Os Estados-Membros podem adotar ou manter disposições que estipulem períodos máximos mais curtos para o compromisso contratual.” (vide n.º1).*

Este diploma dispõe ainda, relativamente aos elementos obrigatórios no contrato de prestação de serviços de comunicações eletrónicas que, *para além da presente diretiva, aplicam-se às transações dos consumidores relativas às redes e serviços de comunicações as exigências do direito da União em vigor em matéria de proteção dos consumidores respeitantes aos contratos, nomeadamente a [Diretiva 93/13/CEE](#)⁴ do Conselho e a [Diretiva 2011/83/UE](#)⁵ do Parlamento Europeu e do Conselho (cfr. Considerando 258).*

A Diretiva 93/13/CEE estabelece o regime relativo as cláusulas abusivas nos contratos celebrados com consumidores, dispondo o seu artigo 2º, al. a), conjugado com o artigo 3º, n.º1 que, *uma cláusula contratual que não tenha sido objecto de negociação individual é considerada abusiva quando, a despeito da exigência de boa fé, der origem a um desequilíbrio significativo em detrimento do consumidor, entre os direitos e obrigações das partes decorrentes do contrato, sendo que, o anexo deste diploma legal, faz-se*

⁴ Diretiva 93/13/CEE do Conselho, de 5 de abril de 1993, relativa às cláusulas abusivas nos contratos celebrados com os consumidores.

⁵ Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e a Diretiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva 85/577/CEE do Conselho e a Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho.

referência a uma lista indicativa e não exaustiva de cláusulas que podem ser consideradas abusivas.

A Diretiva 2011/83/UE prevê, no artigo 5º, sob a epígrafe “Requisitos de informação aplicáveis a contratos diferentes dos contratos à distância ou dos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial”, e no artigo 6º sob a epígrafe “Requisitos de informação dos contratos celebrados à distância e dos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial”, a informação que o profissional deve fornecer ao consumidor, de forma clara e compreensível, se esta informação não decorrer do contexto, antes de o mesmo ficar vinculado por contrato.

- **Enquadramento internacional**

Países europeus

A legislação comparada é apresentada para os seguintes Estados-Membros da União Europeia: Espanha, França e Irlanda.

ESPAÑA

As diversas operadoras ofereciam uma série de vantagens como equipamentos ou preços mais vantajosos para os seus serviços, recebendo como contrapartida o compromisso que o cliente se obrigaria a manter o contrato durante um determinado período de tempo. A este período denominaram como “*permanência*”.

No entanto, os clientes têm o direito a rescindir unilateralmente os contratos que celebram, sem qualquer penalização, conforme previsto na alínea b) do n.º 1 do artigo 47.º da [Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones](#), Segundo este preceito legal, os clientes finais têm “o direito a resolver o contrato a qualquer momento. Este direito inclui o direito de resolver antecipadamente e sem penalização no caso de modificação das condições contratuais impostas pelo operador”⁶.

⁶ Tradução livre.

No mesmo sentido vem o artigo 7.º da *Carta de derechos del usuário de los servicios de comunicaciones electrónicas*, aprovado pelo [Real Decreto 899/2008, de 22 de mayo](#), onde se prevê a extinção do contrato por, para além de todas as causas gerais da extinção de contratos, vontade do beneficiário desde que este comunique ao operador com uma antecedência mínima de dois dias uteis.

Todos os contratos devem conter os elementos constantes no artigo 8.º deste diploma, e, com especial relevo para o objeto da presente iniciativa, os referidos na alínea f), que exige a indicação da duração e prazos de renovação, e quando existam, o período mínimo de contratação, bem como as consequências de um possível incumprimento. É assim, permitido às operadoras, a inclusão de cláusulas de permanência aos clientes, desde que estas:

- Estejam expressas no contrato;
- Sejam baseadas em benefícios económicos para o cliente;
- Que esses benefícios sejam proporcionais ao período de permanência exigido;
- e
- Que a penalização prevista, em caso de incumprimento do período de permanência, varie em função do tempo restante de permanência.

Ainda relevante para a contratualização de serviços de comunicações eletrónicas são as normas presentes na *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios*, aprovado pelo [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre](#)⁷.

FRANÇA

Todas as disposições relativas aos correios e às comunicações eletrónicas encontra-se reunida no [Code des postes et des communications électroniques](#). Já os contratos são regidos pelas disposições constantes no [Code de la Consommation](#).

As disposições referentes aos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas encontram-se previstas nos artigos [L224-26](#) deste último código.

⁷ Diploma consolidado.

De acordo com o previsto no artigo [L224-28](#), apenas é permitido às operadoras celebrar contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas com cláusulas de permanência máxima de 24 meses.

Para períodos de fidelização superiores a 12 meses, as operadoras têm de oferecer benefícios financeiros ao cliente durante um prazo mínimo de 12 meses e oferecer a possibilidade de o cliente denunciar o contrato no final dos primeiros 12 meses mediante o pagamento de $\frac{1}{4}$ do remanescente de tempo.

IRLANDA

Na celebração de contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas, que por norma e à semelhança do caso português, são contratos de adesão, existem algumas limitações ao seu clausulado.

Estas limitações encontram-se previstas no [Regulation 14 of the European Communities \(Electronic Communications Network and Services\) \(Universal Service and Users Rights\) Regulation S.I. 337 of 2011](#).

Para a celebração de um contrato é necessário que contenha os requisitos previstos no paragrafo 14 do referido diploma. Com efeito, e nos termos da subalínea i) da alínea e) do n.º 2 do mesmo paragrafo é exigido que o contrato contenha o período mínimo de permanência que o cliente deve cumprir, se este existir, para usufruir de determinado benefício ou promoção, uma vez que é comum as operadoras oferecerem condições mais favoráveis, oferecerem equipamentos eletrónicos ou isentarem o pagamento da instalação do serviço quando o cliente se fidelize ao serviço por um determinado período de tempo.

A título exemplificativo, e nas condições gerais de adesão de uma das empresas de comunicações eletrónicas a operar em solo irlandês, a [Virgin Media](#) incluí uma cláusula nos seus [contratos](#) (cláusula 3.1), onde fixa o período de fidelização em doze meses.

V. Consultas e contributos

Consultas facultativas

Projeto de Lei n.º 173/XIV/1.ª (PCP)

Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação

A Comissão pode solicitar, se o entender pertinente, a pronúncia por escrito da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM).

Outros contributos

A Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor – DECO, tendo tomado conhecimento da iniciativa em apreciação, remeteu o seu [parecer](#), evidenciando a imperatividade de se discutirem novamente as questões associadas ao período de fidelização e encargos suportados pelos consumidores.

Nesta senda e a título informativo mencionou que “*o setor das telecomunicações ocupa a liderança destacada das reclamações que chegam a esta Associação há mais de uma década*”, estando a fidelização, a falta de transparência nas alterações contratuais e a faturação no epicentro das referidas reclamações.

Entende esta entidade que a resolução do problema da fidelização não se esgota apenas na definição do prazo máximo, mas deve ser estendida aos custos de rescisão antecipada, às alterações contratuais e à garantia contratual dos níveis mínimos de qualidade do serviço.

Sugere como fundamental que seja introduzido na discussão deste Projeto de Lei o contributo dado pela [ANACOM](#), em fevereiro de 2019.

VI. Avaliação prévia de impacto

- **Avaliação sobre impacto de género**

De acordo com a informação constante na ficha de [Avaliação Prévia de Impacto de Género \(AIG\)](#), junta pelo autor, considera-se que a iniciativa legislativa tem uma valoração neutra, dado que a totalidade das categorias e indicadores analisados, assumem essa valoração.

Linguagem não discriminatória

Na elaboração dos atos normativos a especificação de género deve ser minimizada recorrendo-se, sempre que possível, a uma linguagem neutra ou inclusiva, mas sem colocar em causa a clareza do discurso. A presente iniciativa não nos suscita questões relacionadas com a utilização de linguagem discriminatória.

VII. Enquadramento bibliográfico

CARVALHO, Jorge Morais – Períodos de fidelização. In **I Congresso de direito do consumo**. Coimbra : Almedina, 2016. ISBN 978-972-40-6422-2. p. 51-72. Cota: 20 - 154/2017

Resumo: «O período de fidelização é o período mínimo de vigência de um contrato de execução duradoura, sem termo final, dentro do qual os contraentes não lhe podem pôr fim por via de denúncia». No que diz respeito aos contratos relativos a comunicações eletrónicas, a duração dos períodos de fidelização não pode ser superior a 24 meses. O autor procede à caracterização e qualificação jurídica dos períodos de fidelização; controlo do conteúdo da cláusula contratual; vicissitudes do contrato durante o período de fidelização e incumprimento do contrato.

GLITZ, Frederico Eduardo Zenedin – Consumidor e telefonia : breves apontamentos sobre a cláusula de fidelização e o prazo de instalação. **Revista portuguesa de direito do consumo**. Coimbra. ISSN 0873-97-73. Nº 61 (mar. 2010), p. 145-161. Cota: RP-633

Resumo: O autor debruça-se sobre os contratos de telefone móvel no Brasil e as questões que se colocam a nível do consumo. A análise foca-se em duas cláusulas típicas deste tipo de contrato: a cláusula de fidelização e o prazo de instalação, procurando compreender as suas respetivas naturezas jurídicas, condições de existência e consequências em caso de incumprimento.

PAZ, Margarida - Períodos de fidelização : as recentes alterações da Lei das comunicações eletrónicas [Em linha]. In **Direito do consumo**. Lisboa : Centro de Estudos Judiciários, 2018. p. 147-216. [Consult. 16 dez. 2019]. Disponível na intranet da AR:<URL:
<http://catalogobib.parlamento.pt:81/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=129426&img=14861&save=true>> ISBN978-989-8908-01-8

Resumo: A autora ocupa-se dos períodos de fidelização que se tornaram comuns em determinados setores da contratação, sobretudo nas telecomunicações. Analisa a última alteração à Lei nº 5/2004, de 10 de fevereiro (Lei das Comunicações Eletrónicas), introduzida pela Lei nº 15/2016, de 17 de junho, que reforça a proteção dos consumidores nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas com período de fidelização. Embora este diploma determine que «as empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público devem oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos sem qualquer tipo de fidelização, bem como contratos com 6 e 12 meses de período de fidelização», na prática, e na sequência desta alteração, verificou-se que as operadoras encareceram muito os serviços, sempre que o período de fidelização seja inferior a 24 meses, tornando-os inoportáveis para os utilizadores.

Neste artigo, a autora debate esta problemática, incidindo sobre diversos aspetos: cláusulas de fidelização nulas; cláusulas de fidelização implícitas; duração máxima dos períodos de fidelização; períodos adicionais; encargos por incumprimento do período de fidelização; prescrição e soluções preconizadas.

PORTUGAL. Autoridade Nacional de Comunicações – **Inquérito sobre períodos de fidelização** [Em linha] : população residencial. [Lisboa] : ANACOM, 2016. [Consult. 29 ago. 2017]. Disponível na intranet da AR:<URL:
<http://catalogobib.parlamento.pt:81/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=122776&img=4545&save=true>

Resumo: Na sequência da aprovação da Lei n.º 15/2016, de 17 de junho, que reforça a proteção dos consumidores nos contratos de prestação de serviços de comunicações

eletrónicas com período de fidelização, alterando a Lei das Comunicações Eletrónicas, a ANACOM levou a cabo, em outubro de 2016, um inquérito sobre períodos de fidelização, apresentando neste documento uma síntese dos resultados.

«De acordo com os inquiridos, cerca de 84% cento dos contratos de serviços em pacote estão associados a um período de fidelização de 2 anos; cerca de 3 em cada 4 dos inquiridos não estão dispostos a pagar mais para reduzir o seu período de fidelização e dois terços não estão dispostos a pagar mais para subscreverem uma oferta sem período de fidelização; os valores que os consumidores estão dispostos a pagar para reduzirem ou eliminarem o período de fidelização do seu contrato varia consoante a forma como o correspondente aumento de preço é implementado».

VIII. Anexo (quadro comparativo)

<u>Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro</u>	<u>Projeto de Lei n.º 173/XIV/1ª (PAN)</u>
<u>Artigo 48.º</u> <u>Contratos</u>	
1 - Sem prejuízo da legislação aplicável à defesa do consumidor, a oferta de redes de comunicações públicas ou serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público é objecto de contrato, do qual devem obrigatoriamente constar, de forma clara, exaustiva e facilmente acessível, os seguintes elementos: a) A identidade e o endereço do fornecedor; b) Os serviços fornecidos, os respetivos níveis de qualidade mínima, designadamente o tempo necessário para a ligação inicial, bem como os níveis	1 – (...): a) (...); b) (...);

<p>para os demais parâmetros de qualidade de serviço que sejam fixados nos termos do artigo 40.º;</p> <p>c) Restrições impostas à utilização de equipamentos terminais fornecidos, eventuais limitações no acesso e à utilização de serviços, bem como medidas implementadas para condicionar o tráfego de modo a evitar esgotar ou ultrapassar a capacidade contratada, indicando, neste caso, o modo como esses procedimentos se poderão repercutir na qualidade do serviço;</p> <p>d) Informação sobre a disponibilização, ou falta de disponibilização, do acesso aos serviços de emergência e à informação de localização da pessoa que efetua a chamada, bem como sobre a existência de quaisquer limitações à oferta dos serviços de emergência, nos termos do artigo 51.º;</p> <p>e) Os tipos de serviços de apoio e manutenção oferecidos, bem como as formas de os contactar;</p> <p>f) Os detalhes dos preços e os meios de obtenção de informações actualizadas sobre todos os preços e encargos de manutenção aplicáveis, bem como as formas de pagamento e eventuais encargos ou penalizações inerentes a cada uma delas;</p>	<p>c) (...);</p> <p>d) (...);</p> <p>e) (...);</p> <p>f) (...);</p> <p>g) (...);</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

<p>g) A duração do contrato, as condições de renovação, de suspensão e de cessação dos serviços e do contrato;</p>	<p>h) (...);</p>
<p>h) Os sistemas de indemnização ou de reembolso dos assinantes, aplicáveis em caso de incumprimento dos níveis de qualidade de serviço previstos no contrato;</p>	<p>i) (...);</p>
<p>i) Quando seja o caso, a existência do direito de livre resolução do contrato, o respetivo prazo e o procedimento para o exercício do direito, nos termos do Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro;</p>	<p>j) (...);</p>
<p>j) As condições em que é disponibilizada a facturação detalhada;</p>	<p>l) (...);</p>
<p>l) Indicação expressa da vontade do assinante sobre a inclusão ou não dos respectivos elementos pessoais nas listas telefónicas e sua divulgação através dos serviços informativos, envolvendo ou não a sua transmissão a terceiros, nos termos da legislação relativa à protecção de dados pessoais;</p>	<p>m) (...);</p>
<p>m) Indicação da possibilidade de inscrição dos dados do assinante na base de dados prevista no artigo 46.º;</p>	<p>n) (...);</p>
<p>n) Medidas que o fornecedor poderá adoptar na sequência de incidentes relativos à segurança ou à integridade da rede ou para reagir a ameaças ou situações de vulnerabilidade;</p>	<p>o) (...);</p>

<p>o) Medidas de protecção do assinante contra riscos para a segurança pessoal, para a privacidade e para os dados pessoais.</p> <p>2 - A informação relativa à duração dos contratos, incluindo as condições da sua renovação e cessação, deve ser clara, perceptível, disponibilizada em suporte duradouro e incluir as seguintes indicações:</p> <p>a) Eventual período de fidelização, cuja existência depende da atribuição de qualquer vantagem ao consumidor, identificada e quantificada, associada à subsídio de equipamentos terminais, à instalação e ativação do serviço ou a outras condições promocionais;</p> <p>b) Eventuais encargos decorrentes da portabilidade dos números e outros identificadores;</p> <p>c) Eventuais encargos decorrentes da cessação antecipada do contrato durante o período de fidelização, por iniciativa do assinante, nomeadamente em consequência da recuperação de custos associados à subsídio de equipamentos terminais, à instalação e ativação do serviço ou a outras condições promocionais.</p> <p>3 - Quando o contrato a que se refere o n.º 1 for celebrado por telefone ou através de outro meio de comunicação à</p>	<p>p) Os custos do fornecedor com a instalação da operação, bem como a previsão de encargos mensais de manutenção relativos ao período contratual estabelecido, os quais servirão de base para o cálculo do montante exigível no caso de rescisão do contrato por parte do assinante.</p> <p>2 – (...):</p> <p>a) (...);</p> <p>b) (...);</p> <p>c) (...).</p> <p>3 – (...).</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>distância, o prestador do serviço, ou seu representante, deve facultar ao consumidor, antes da celebração do contrato, sob pena de nulidade deste, todas as informações referidas nos n.os 1 e 2, ficando o consumidor vinculado apenas depois de assinar proposta contratual ou enviar o seu consentimento escrito ao fornecedor de bens ou prestador de serviços, exceto nos casos em que o primeiro contacto telefónico seja efetuado pelo próprio consumidor.</p> <p>4 - É interdito às empresas que oferecem redes e ou serviços de comunicações eletrónicas opor-se à denúncia dos contratos por iniciativa dos assinantes, com fundamento na existência de um período de fidelização, ou exigirem quaisquer encargos por incumprimento de um período de fidelização, se não possuírem prova da manifestação de vontade do consumidor referida no número anterior.</p> <p>5 - A duração total do período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas celebrados com consumidores não pode ser superior a 24 meses, sem prejuízo do disposto no número seguinte.</p> <p>6 - Excepcionalmente, podem estabelecer-se períodos adicionais de</p>	<p>4 – (...).</p> <p>5 – A duração total do período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas celebrados com consumidores não pode ser superior a 6 meses, sem prejuízo do disposto no número seguinte.</p> <p>6 – Excepcionalmente, podem estabelecer-se períodos adicionais de</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>fidelização, até ao limite de 24 meses, desde que, cumulativamente:</p> <p>a) As alterações contratuais impliquem a atualização de equipamentos ou da infraestrutura tecnológica;</p> <p>b) Haja uma expressa aceitação por parte do consumidor.</p> <p>7 - Qualquer suporte duradouro, incluindo gravação telefónica, relacionado com a celebração, alteração ou cessação do contrato de comunicações eletrónicas deve ser conservado pelas empresas pelo período previsto na alínea a) do n.º 5 do artigo 47.º-A e disponibilizado à ARN ou ao assinante sempre que tal seja requerido por uma ou outro.</p> <p>8 - As empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público devem oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos sem qualquer tipo de fidelização, bem como contratos com 6 e 12 meses de período de fidelização, por cada benefício concedido ao utilizador, devendo publicitar:</p> <p>a) Nos mesmos suportes em que seja publicitada a oferta com fidelização, de forma claramente legível, a oferta sem fidelização;</p> <p>b) De forma facilmente acessível pelos consumidores, no caso de existir</p>	<p>fidelização, até ao limite de 6 meses, desde que, cumulativamente:</p> <p>a) (...);</p> <p>b) (...).</p> <p>7 – (...).</p> <p>8 - As empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público devem oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos sem qualquer tipo de fidelização, devendo publicitar:</p> <p>a) (...);</p> <p>b) (...).</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>fidelização, a relação entre custo e benefício associada às diferentes ofertas comerciais, permitindo a comparação da mesma oferta com diferentes períodos de fidelização, sempre que existam.</p> <p>9 - A ARN pode solicitar às empresas, nos termos do artigo 108.º, que demonstrem o valor conferido à vantagem justificativa do período de fidelização identificada e quantificada nos termos da alínea a) do n.º 2.</p> <p>10 - Sem prejuízo da existência de períodos de fidelização, iniciais ou posteriores, nos termos da presente lei, as empresas não devem estabelecer condições contratuais desproporcionadas ou procedimentos de resolução dos contratos excessivamente onerosos e desincentivadores da mudança de prestador de serviço por parte do assinante, cabendo a fiscalização das mesmas à ARN.</p> <p>11 - Durante o período de fidelização, os encargos para o assinante, decorrentes da resolução do contrato por sua iniciativa, não podem ultrapassar os custos que o fornecedor teve com a instalação da operação, sendo proibida a cobrança de qualquer contrapartida a título indemnizatório ou compensatório.</p> <p>12 - Os encargos pela cessação antecipada do contrato com período de</p>	<p>9 - (...).</p> <p>10 - (...).</p> <p>11 - (...).</p> <p>12 - (...).</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

<p>fidelização, por iniciativa do assinante, devem ser proporcionais à vantagem que lhe foi conferida e como tal identificada e quantificada no contrato celebrado, não podendo em consequência corresponder automaticamente à soma do valor das prestações vincendas à data da cessação.</p> <p>13 - Para efeitos do disposto no número anterior, no caso de subsidiação de equipamentos terminais, os encargos devem ser calculados nos termos da legislação aplicável e, nas demais situações, não podem ser superiores ao valor da vantagem conferida que, na proporção do período da duração do contrato fixada, ainda esteja por recuperar pela empresa que presta o serviço, na data em que produz efeitos a sua cessação antecipada.</p> <p>14 - Findo o período de fidelização e na ausência de acordo relativamente ao estabelecimento de um novo período de fidelização nos termos do número seguinte, o valor a fixar como contrapartida pela prestação dos serviços não pode ser superior aos preços normais que pelo mesmo são devidos àquela data, abrangendo, apenas, os encargos relativos ao acesso, utilização e manutenção.</p>	<p>13 - (...).</p> <p>14 - (...).</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

<p>15 - No decurso do período de fidelização ou no seu termo não pode ser estabelecido novo período de fidelização, exceto se, por vontade do assinante validamente expressa nos termos do n.º 3, for contratada a disponibilização subsidiada de novos equipamentos terminais ou a oferta de condições promocionais devidamente identificadas e quantificadas e que, em caso algum, podem abranger vantagens cujos custos já foram recuperados em período de fidelização anterior.</p>	<p>15 - (...).</p>
<p>16 - Sempre que a empresa proceda por sua iniciativa a uma alteração de qualquer das condições contratuais referidas no n.º 1, deve comunicar por escrito aos assinantes a proposta de alteração, por forma adequada, com uma antecedência mínima de 30 dias, devendo simultaneamente informar os assinantes do seu direito de rescindir o contrato sem qualquer encargo, no caso de não aceitação das novas condições, no prazo fixado no contrato, salvo nos casos em que as alterações sejam propostas exclusiva e objetivamente em benefício dos assinantes.</p>	<p>16 - (...).</p>
<p>17 - A ARN pode especificar os termos em que as empresas procedem à comunicação prevista no número anterior, bem como a forma e o suporte</p>	<p>17 - (...).</p>

<p>em que são disponibilizadas as informações a que alude o n.º 2.</p> <p>18 - As empresas que oferecem redes de comunicações públicas ou serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público devem depositar na ARN e na Direcção-Geral do Consumidor (DGC) um exemplar dos contratos que envolvam, ainda que parcialmente, a adesão a cláusulas contratuais gerais que utilizem para a oferta de redes e serviços.</p> <p>19 - O depósito a que se refere o número anterior deve ser realizado no prazo máximo de dois dias úteis sobre a data em que for iniciada a utilização do contrato de adesão e, sempre que este se destine a substituir um contrato anteriormente utilizado, deve indicar qual o modelo que o contrato depositado visa substituir.</p> <p>20 - A ARN determina, seguindo, para o efeito, o procedimento previsto no artigo 110.º, a imediata cessação da utilização de práticas e dos contratos em uso pelas empresas que oferecem redes de comunicações públicas ou serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público ou a sua adaptação, quando verifique:</p> <p>a) A sua desconformidade com as regras fixadas na legislação cuja aplicação lhe</p>	<p>18 - (...).</p> <p>19 - (...).</p> <p>20 - (...):</p> <p>a) (...);</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

<p>cabe supervisionar ou com qualquer determinação proferida no âmbito das suas competências;</p> <p>b) A manifesta desproporcionalidade das práticas e dos contratos face aos serviços disponibilizados no momento da celebração, renovação ou alteração de contratos, nomeadamente quanto aos respetivos prazos de duração.</p>	<p>b) (...)»</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------