

GRUPO PARLAMENTAR



PROJETO DE LEI N.º 142/XIV/1ª

LIMITA O PERÍODO DE FIDELIZAÇÃO NOS CONTRATOS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS

O setor das comunicações eletrónicas é um dos que gera maiores conflitos entre os consumidores e os prestadores de serviço. Os consumidores apresentam queixas recorrentes, não apenas no que se refere a falhas de qualidade no serviço prestado, mas também ao abuso em matérias contratuais por parte das operadoras.

Um dos significativos focos de conflito prende-se com o período de fidelização, entendido como aquele em que o consumidor se compromete a não cancelar o contrato e a não alterar as condições contratuais.

Ocorre que os períodos de fidelização têm uma duração bastante longa – 24 meses / 2 anos – o que obriga o consumidor a, caso pretenda mudar de prestador de serviço (por não estar satisfeito com o serviço da sua atual operadora, ou por lhe serem garantidas condições mais adequadas aos seus interesses por outra operadora), ter de pagar uma quantia significativa, que corresponde, no mínimo, ao valor de todas as prestações que teria de pagar até ao final do período de fidelização. Ora, esta fórmula ultrapassa claramente os custos que o fornecedor teve com a instalação do serviço, e vai muito para além da amortização do investimento realizado pelo fornecedor.

É bem verdade que a última alteração à Lei nº 5/2004, de 10 de fevereiro, feita através da Lei nº 15/2016, de 17 de junho, deu um passo importante, determinando que, para além da fidelização de 24 meses, «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». Contudo, o que se verificou na prática é que as operadoras encarecem muitíssimo o serviço no caso de o utilizador optar por um período de fidelização mais curto, envolvendo encargos que levam os utilizadores a acabar por não ter outra opção sustentável que não seja mesmo a de cederem a um período de fidelização de 2 anos. Significa isto que o objetivo que a lei procurou garantir fica completamente subvertido. O que se verifica é que as operadoras tornam os serviços efetivamente inoportáveis, no caso de o período de fidelização ser inferior a 24 meses.

Os fornecedores deveriam «fidelizar» os seus clientes pelos bons serviços que prestam e pelos tarifários adequados que apresentam, e não por uma possibilidade de os «reter» incondicionalmente durante 2 anos. No prazo de 2 anos muita coisa pode mudar na vida de uma pessoa ou de uma família e também no próprio mercado. Dá-se, não raras vezes, o caso de os preços do serviço descerem significativamente no decurso de um período de fidelização de 2 anos e de o consumidor ter de se sujeitar a tarifários já totalmente desajustados e ultrapassados, só porque está fidelizado, o que nestes casos significa, na prática, prejudicado.

Tendo em conta o que ficou referido, o PEV considera que a lei deve ser reajustada para garantir, de facto, a defesa do consumidor. Nesse sentido, a proposta dos Verdes é que, nos novos contratos, os períodos máximos de fidelização sejam de 6 meses e que as empresas possibilitem, ainda assim, a celebração de contratos sem qualquer tipo de fidelização. Seis meses é um período mais do que suficiente (e até sobrança) para a empresa não ter qualquer tipo de perdas relacionadas com os custos aplicados em equipamento e na instalação de um serviço.

Assim, ao abrigo das disposições constitucionais e regimentais aplicáveis, o Grupo Parlamentar Os Verdes apresenta o seguinte Projeto de Lei:

Artigo 1º

Objeto

A presente lei reduz o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas celebrados com consumidores, procedendo à décima terceira alteração à Lei nº 5/2004, de 10 de fevereiro.

Artigo 2º

Alteração à Lei nº 5/2004, de 10 de fevereiro

O artigo 48.º da Lei nº 5/2004, de 10 de fevereiro, alterada pelo Decreto-Lei nº 176/2007, de 8 de maio, pela Lei nº 35/2008, de 28 de julho, pelo Decreto-Lei nº 123/2009, de 21 de maio, pelo Decreto-Lei nº 258/2009, de 25 de setembro, pela Lei nº 46/2011, de 24 de junho, pela Lei nº 51/2011, de 13 de setembro, pela Lei nº 10/2013, de 28 de janeiro, pela Lei nº 42/2013, de 3 de julho, pelo Decreto-Lei nº 35/2014, de 7 de março, pela Lei nº 82-B/2014, de 31 de dezembro, pela Lei nº 127/2015, de 3 de setembro, e pela Lei nº 15/2016, de 17 de junho, passa a ter a seguinte redação:

«Artigo 48º

Contratos

1 – (...)

2 - (...)

3 – (...)

4 – (...)

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.

6 – Excecionalmente, podem estabelecer-se períodos adicionais de fidelização, até ao limite de 6 meses, desde que, cumulativamente:

a) (...)

b) (...)

7- (...)

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 publicitá-la nos mesmos suportes em que seja publicitada a oferta com fidelização, de forma claramente legível;

9 – (...)

10 - (...)

11 – (...)

12 – (...)

13 – (...)

14 – (...)

15 – (...)

16 – (...)

17 – (...)

18 – (...)

19 – (...)

20 – (...)»

Artigo 3º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor 90 dias após a sua publicação.

Assembleia da República, Palácio de S. Bento, 5 de dezembro de 2019.

Os Deputados

José Luís Ferreira

Mariana Silva