Exmo Senhor

Presidente da

ANACOM

plano2021-2023@anacom.pt

Data: 31 de agosto de 2020

N. Refª : PARC-000252-2020

Assunto: Consulta pública sobre o Plano Plurianual de Atividades 2021-2023

Na sequência do solicitado, junto enviamos os nossos comentários, mantendo-nos ao dispor para quaisquer esclarecimentos adicionais,

Com os meus melhores cumprimentos,

Pela Diretora Geral

(Ana Cristina Tapadinhas)

Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor – DECO
Rua de Artilharia Um, nº 79 – 4º
1269 – 160 Lisboa

I. Comentários na generalidade:

O documento em análise refere-se aos objetivos estratégicos e ações para o plano plurianual de atividades para o triénio de 2021-2023 da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM).

Destes, destacamos aqueles que consideramos mais importantes e prioritários:

1. "Objetivo estratégico 1 – 1. Adotar as medidas regulatórias que se revelem necessárias em consequência da transposição do Código Europeu das Comunicações Eletrónicas, nomeadamente em matéria de defesa dos direitos dos utilizadores". Aguarda-se com grande expetativa a transposição do CECE, em particular no que respeita à defesa dos direitos dos utilizadores, implementação rápida e alargada das redes 5G na Europa e cibersegurança nas redes de comunicações digitais (com especial enfoque no 5G). Não obstante ser fundamental analisar-se a disponibilidade ao longo do território nacional, dado que, no caso do 4G ainda hoje existem áreas sem cobertura.

2. "Objetivo estratégico 1 – 2. Colaborar, no âmbito das suas competências, nas ações relacionadas com o acesso de banda larga à Internet no âmbito do serviço universal de comunicações eletrónicas". A futura introdução de uma tarifa social de acesso à internet em banda larga é a satisfação de uma velha reivindicação desta associação, que constituirá uma importante ferramenta de combate às desigualdades sociais e exclusão digital dos economicamente mais desfavorecidos.

Crucial será também, que os prestadores do SU, disponibilizem aos consumidores com baixos rendimentos e com necessidades especiais, pacotes tarifários diferentes dos oferecidos em condições comerciais normais adequados as suas necessidades.

As supras referidas medidas, devem ser estendidas à internet de banda larga e serviços de comunicações de voz fornecidos e local fixo, que devem ser incluídos no âmbito do serviço universal.

Certamente será a ANACOM a quem competirá fixar os requisitos técnicos da prestação do SU, bem como definir o tipo de ofertas que passarão a poder ser objeto de subscrição de beneficiários do SU, pelo que consideramos que deverão tais matérias, no futuro, ser objeto de consulta pública prévia.

3. "Objetivo estratégico 1 – 7. Proceder, no quadro das suas competências, à regulação do serviço postal universal no quadro da nova concessão". Remetemos para o que a este respeito afirmámos em recente consulta pública. Recorda-se ainda que, pelo quarto ano consecutivo os CTT não cumpriram a totalidade dos indicadores de qualidade do serviço postal universal, sendo que, no ano de 2019, apenas cumpriram um dos 22 indicadores relativos a demoras de encaminhamento de envios postais e incumpriram os 2 indicadores relativos ao tempo em fila de espera nos estabelecimentos postais.

4. "Objetivo estratégico 1 – 9. Desenvolver as ações necessárias no âmbito da implementação das redes 5G, incluindo as medidas estratégicas e técnicas acordadas a nível europeu em matéria de segurança". Consideramos a sua descrição muito vaga, devendo ser introduzido como objetivo estratégico o cumprimento dos prazos de implementação propostos pela comissão europeia.

5. "Objetivo estratégico 2 – 17. Implementar o Regulamento relativo ao tratamento de reclamações pelos prestadores de serviços de comunicações". Tal é fundamental para os consumidores. Com efeito e como já o dissemos em pareceres anteriores, existem reclamações a ser encerradas pelas empresas prestadoras de serviços de comunicações,

Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor – DECO
Rua de Artilharia Um, nº 79 – 4º
1269 – 160 Lisboa

sem estarem resolvidas: desde que o operador dê resposta, cumpre, independentemente do conteúdo da resposta que dá.

É assim, indispensável reforçar os direitos dos consumidores, garantir um tratamento uniformizado das reclamações, independentemente do meio utilizado para reclamar, os prestadores devem desta forma assegurar o registo e a conservação das reclamações que lhes são direcionadas, mormente as gravações telefónicas, durante todo o período de vigência do contrato, acrescido do prazo de prescrição e caducidade das obrigações resultantes. Estas devem ainda, ser facultadas de forma célere aos consumidores, em suporte duradouro sempre que estes o requeiram, sem entraves. O que efetivamente não tem sucedido.

No livro de reclamações eletrónico, por exemplo, não é possível o reclamante declarar se considera que a resposta dada pelo operador resolveu o problema ou não pela mesma via (é direcionado para contactos particulares com o operador por via de um e-mail que não permite resposta). Se não ficar resolvido e quiser continuar a dar conhecimento ao regulador, o consumidor é obrigado a abrir uma nova reclamação (que tem que associar à que foi fechada para que possa existir um histórico mínimo da situação e tem que explicar novamente o problema).

Esta situação é válida não apenas para reclamações de comunicações eletrónicas, mas para todas. No entanto, se for possível definir um bom procedimento que seja cumprido pelos operadores nas comunicações eletrónicas já é um passo em frente.

6. "Objetivo estratégico 2 – 18. Aferir a qualidade de serviço (QdS) das redes móveis e da Internet, tendo em vista a divulgação de informação aos consumidores e demais utilizadores. Este objetivo vem ao encontro do estabelecido no CECE quando refere que devem os Estados-Membros, através da ARN nacional, promover ou implementar ferramentas que permitam aos utilizadores aferir da qualidade de serviço das redes móveis de internet, designadamente, no que respeita às velocidades de upload e

download, dotando este setor de maior transparência e combatendo práticas comerciais desleais referentes à qualidade de serviço efetivamente prestada, em particular em ambientes não urbanos.

Deverá acrescentar-se também a qualidade do serviço de TV, dadas as reclamações existentes sobre falhas no serviço de TV Box (mensagens de erro, sinal não disponível, dificuldades de acesso às gravações automáticas etc).

Consideramos ainda prioritário, avaliar-se o resultado da introdução da FIS (Ficha de Informação Simplificada) e determinar o que deve ser melhorado na informação fornecida ao consumidor por essa via, assim como, a definição de níveis de qualidade de serviço e a melhoria das comunicações de emergência.

7. "Objetivo estratégico 2 – 22. Reforçar a articulação entre os diversos instrumentos de regulação, de supervisão e de gestão da informação no âmbito da proteção dos consumidores e dos outros utilizadores das comunicações eletrónicas e dos serviços postais". Com o devido respeito, falta concretizar de que forma se pretende atingir este objetivo.

8. "Objetivo estratégico 2 – 23. Contribuir para um melhor conhecimento dos direitos dos consumidores de comunicações e para a literacia digital". Todas as iniciativas tendentes ao combate da iliteracia digital e reforço do conhecimento dos consumidores em relação aos seus direitos são bem-vindas.

A DECO, fruto da sua história e atividades realizadas ao longo de décadas, tem uma experiência única nesta matéria, pelo que, naturalmente, se disponibiliza a cooperar com a ANACOM em iniciativas ou parcerias a definir para cumprir este objetivo.

II. Comentários na especialidade:

Novamente identificamos algumas omissões de intervenção em aspetos que afetam a realidade dos consumidores. Com efeito, assegurar o cumprimento das regras relativas à neutralidade da rede é importante, mas, regular a contratação/ativação de serviços feita através de meios não convencionais (nomeadamente a ativação nas áreas de cliente e diretamente através da TV Box) não é menos importante.

Tratam-se de alterações de natureza contratual, mas que podem ser realizadas por qualquer utilizador mesmo que não seja o titular do serviço (sobretudo quando o processo acontece diretamente na TV Box) e este problema deve ser objeto de estudo e consequente ação pelo regulador no sentido de estabelecer regras.

Nesse sentido, tomamos a liberdade de transcrever algo já por nós referido em consultas anteriores: «Uma questão que não parece enquadrar-se em nenhum dos objetivos estratégicos diz respeito à evolução tecnológica e aos efeitos que a mesma teve nos contratos. A não utilização de contratos em papel e a promoção de assinaturas via links enviados por e-mail ou em equipamentos portáteis onde praticamente apenas é visualizado o campo para assinar tem gerado contratos de refidelização por mais 24 meses, sem que os consumidores se apercebam sequer do que efetivamente assinaram (porque o texto todo não é visível no ecrã ou está num outro local desagregado do campo da assinatura). Esta situação tem que ser enquadrada, e devidamente acautelada. Há práticas que terão que ser expressamente proibidas, designadamente: a recolha de assinaturas onde não está visível todo o texto e sem que o consumidor fique com um comprovativo exatamente do que assinou no momento em que o faz; a possibilidade de aplicar novos períodos de fidelização quando existe apenas uma intervenção técnica para substituir um equipamento que avariou e não foi solicitado qualquer alteração ao serviço mas apenas a correção da avaria; entre outras más práticas cujo levantamento deverá ser efetuado com a consequente avaliação do que é possível ou não fazer para minimizar informação errada ou omitida. A possibilidade de contratação de canais e serviços através doa equipamentos (box) também deverá ser

Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor – DECO
Rua de Artilharia Um, nº 79 – 4º
1269 – 160 Lisboa

regulada, bem como a informação que é transmitida ao consumidor no ecrã sem que o mesmo tenha qualquer comprovativo.

Outra questão crítica diz respeito à possibilidade de alteração de termos e condições que são remetidos para páginas online e que mudam de um dia para o outro sem que o consumidor dê por isso".

No âmbito do objetivo 1 e concretamente no que diz respeito a contribuir para que todo o País obtenha o máximo benefício em termos de escolha, preço, qualidade e segurança nas comunicações eletrónicas devem ser definidas como prioridades de atuação os seguintes eixos:

- Reavaliação dos requisitos mínimos a cumprir nos contratos e a determinação do que constitui uma alteração contratual, de facto, não podem continuar a verificar-se situações de alterações no funcionamento do serviço (exemplo: retirar o acesso às gravações quando não se aceitam as novas condições de publicidade) ou nos conteúdos a que os consumidores têm acesso sem que esteja previsto no contrato, o que acontece nesses casos, bem como, os direitos e deveres de cada uma das partes de forma clara.
- Um outro exemplo, é o sistemático incumprimento da velocidade de internet contratada sem que isso dê a possibilidade de rescisão automática sem custos ao assinante.

Da mesma forma que o assinante aceita comprometer-se com um determinado período de fidelização, o operador terá que comprometer-se com um determinado nível de serviço prestado de forma contínua. A variação dos parâmetros do serviço e da qualidade considerada aceitável para o utilizador deve ser especificada nas condições contratuais.

Por outro lado, a imposição, por parte dos principais operadores de telecomunicações, junto dos consumidores em consentirem a transmissão antes do início das gravações automáticas de diversos canais TV, de anúncios publicitários (publicidade genérica ou

personalizada, sob pena de, em caso de recusa deixarem de aceder aos conteúdos, é uma clara violação dos direitos dos consumidores em matéria de proteção de dados.

A decisão do consumidor em consentir ou não a transmissão de publicidade, deve ser livre. Porém, uma verdadeira escolha só existe se o consumidor não for forçado a dar o seu consentimento, seja porque não lhe é dada a opção de não aceitar, ou porque a não-aceitação tem como consequência ficar privado do serviço de gravações automáticas.

Tanto mais que, nem a publicidade genérica, nem a publicidade personalizada, são necessárias para a prestação do serviço de gravação automática, não podendo o seu consentimento ser uma contrapartida direta ou indireta da execução do contrato e prestação do serviço. Devendo também esta situação ser sujeita a análise.

Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor – DECO
Rua de Artilharia Um, nº 79 – 4º
1269 – 160 Lisboa