



Exmo. Senhor Professor
Doutor Pedro Duarte Neves
Ilustre Presidente do Conselho de
Administração do ICP- ANACOM
Autoridade Nacional de Comunicações
Av. José Malhoa, n.º 12
1099-017 Lisboa

N. Ref.º: ADGG/01/2005

Lisboa, 01 de Julho de 2005

Assunto: Consulta Pública sobre as “Linhas de Orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação dos serviços de comunicações electrónicas”

Exmo. Senhor

Na sequência da Consulta Pública lançada por essa Autoridade, no site www.anacom.pt, com referência às “Linhas de Orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação dos serviços de comunicações electrónicas”, vimos, pela presente, apresentar, em anexo, o documento com o contributo da TMN - Telecomunicações Móveis Nacionais, S.A..

Com os nossos melhores cumprimentos,

Graça Galvão
Administradora

Anexo: Contributo “Linhas de Orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação dos serviços de comunicações electrónicas”.





“LINHAS DE ORIENTAÇÃO SOBRE O CONTEÚDO MÍNIMO A INCLUIR NOS CONTRATOS PARA A PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS”

COMENTÁRIOS DA TMN





**COMENTÁRIOS AO DOCUMENTO DISPONIBILIZADO NO
SITE DO ICP-ANACOM
“LINHAS DE ORIENTAÇÃO SOBRE O CONTEÚDO MÍNIMO A
INCLUIR NOS CONTRATOS PARA A PRESTAÇÃO DOS
SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS”**

INTRODUÇÃO:

A definição de princípios gerais a cumprir pelos prestadores de serviços de comunicações electrónicas na contratação com os seus clientes é uma iniciativa salutar, uma vez que constitui uma base de cumprimento geral e abstracto a observar por todos os agentes actuantes no mercado, permitindo, com maior eficácia e menor consumo de tempo, obter a obrigatória aprovação por parte do ICP-ANACOM dos contratos de adesão nos termos do artigo 48.º da Lei n.º 5/2004 de 10 de Fevereiro (doravante designada de “LCE”).

A iniciativa em causa permite, também, contribuir para o cumprimento do objectivo da regulação a prosseguir pelo ICP-ANACOM, plasmado na alínea c) do artigo 5.º da LCE, e que consiste na defesa dos interesses dos cidadãos, nos termos da mesma Lei, assegurando que os utilizadores obtêm o máximo benefício em termos de escolha, preço e qualidade (alínea a) do n.º 2 do artigo 5.º LCE).

A TMN concorda, assim, na generalidade, com a sistematização dos procedimentos gerais a cumprir na contratação com os seus clientes, sendo certo que tem diversos comentários a apresentar ao documento designado “Linhas de orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação dos serviços de comunicações electrónicas” (doravante designadas de “Linhas de Orientação”), disponibilizado pelo ICP-ANACOM para consulta, no seu site.



Os comentários que a TMN faz, de seguida, respeitarão, em termos de sistematização, a designação e ordem dos capítulos identificados no documento pelo ICP-ANACOM.

COMENTÁRIOS AOS DIVERSOS PONTOS DOS CAPÍTULOS I. E

II. DAS LINHAS DE ORIENTAÇÃO

I – Considerações Gerais:

A TMN concorda e reforça, citando, a afirmação do ICP-ANACOM no sentido de que “os contratos devem ser elaborados numa linguagem concisa, clara e simples e ser claramente compreensível para o leitor não especialista”.

O reforço ora efectuado pela TMN, relativamente ao referido princípio, tem por objectivo alertar para o facto de que a sua preocupação de levar aos clientes toda a informação identificada no documento pelo ICP-ANACOM, pode levar a que o cliente (e principalmente o consumidor) se depare com contratos de adesão de tal forma extensos e complexos que o desincentivem de contratar ou o induzam à não leitura dos termos do contrato.

Com efeito, a descrição exhaustiva, nos contratos de adesão, de todos os princípios elencados nas “Linhas de Orientação” pelo ICP-ANACOM pode levar a que o cliente/consumidor, ao invés de contratar de forma livre e esclarecida, se veja confrontado com um sem número de informação que se traduza na desmotivação do cliente em contratar ou, ainda mais grave, na contratação efectiva sem curar de conhecer e entender as regras básicas que, quer o operador, quer o cliente, devem cumprir.

Efectivamente, não podemos esquecer que, estando o tipo de contratação em análise sujeito ao regime das Cláusulas Contratuais Gerais, há que comunicar as respectivas cláusulas de modo adequado e com a antecedência necessária, para que se torne possível o seu conhecimento completo e efectivo por quem use de comum diligência (n.º 2 do artigo 5.º do Decreto – lei n.º 446/85 de 25 de Outubro com as subsequentes alterações).

Consequentemente, não deve a proliferação de informação ser a política norteadora deste tipo de contratação, mas sim a sintetização da informação que seja pertinente e necessária, em cada momento, para reger a relação contratual que se institui entre o operador e o cliente/consumidor.

É claro para todos que a aposição de um sem número de cláusulas nos contratos é uma forma de desincentivar a respectiva leitura e conhecimento das mesmas pelo contratante médio, o que estamos certos não pretender ser o objectivo dos intervenientes no mercado, nem tão pouco o das entidades reguladoras e de protecção dos consumidores.

Assim, a TMN privilegia situações em que se remeta, no contrato de adesão, e no que respeita às diversas matérias (ex. preços, cobertura, serviços, facilidades) para meios e locais onde o cliente/consumidor possa obter, de forma simples, a informação necessária e pertinente para a satisfação das suas vontades e para a tomada de opções esclarecidas, possibilitando assim que os contratos de adesão se subsumam ao conjunto de cláusulas que constituam imperativos legais e que importem a regulamentação básica da contratação aplicável a todos os clientes/consumidores que pretendam contratar com o operador (ex. objecto do contrato, facturação, vigência, prazos, modos de resolução e denúncia do contrato, situações de suspensão do serviço).

Apresentação Gráfica

No que respeita às regras a cumprir na apresentação gráfica dos contratos, a TMN não pode deixar de discordar da obrigação que o ICP-ANACOM pretende impor aos



prestadores de serviços de comunicações electrónicas de utilizar como referência para o tamanho de letra o “Arial 10”.

De facto, se os contratos de adesão verterem todos os princípios e regras enunciados pelo ICP-ANACOM nas “Linhas de Orientação” acrescendo a tal facto a utilização de letra com o tamanho referenciado, então, não existirá qualquer alternativa à apresentação de cada contrato com um número de páginas que impedirá a manutenção de uma única folha por contrato.

Esta situação trará consequências negativas para os mesmos clientes/consumidores, atendendo às dificuldades práticas que acarreta, visto que a existência de mais do que uma folha por contrato dificulta o respectivo envio, via fax, para a sede do operador, para que a activação definitiva do cartão e a consequente aceitação do contrato ocorram e ainda impede a existência de formulários com papel autocopiativo.

Quanto ao espaço destinado à assinatura, a TMN não pode deixar de referir que considera que o campo para assinatura deve poder ser colocado antes das cláusulas contratuais se existir, antes desse campo, uma cláusula remissiva do tipo “aceito as condições gerais constantes do verso deste documento, cujo teor declaro conhecer, entender e aceitar”.

Com efeito, a *ratio* da alínea d) do artigo 8.º do regime das Cláusulas Contratuais Gerais, que estabelece que são nulas as cláusulas apostas depois da assinatura, é a de evitar que o cliente/consumidor aceite condições contratuais que não teve qualquer possibilidade de conhecer e de ler, por ter assinado em local que considera ser o final do documento.

Ora, constando dos contratos de adesão, claramente, antes do campo da assinatura, uma cláusula que refira que o cliente/consumidor aceita as cláusulas constantes do verso do

documento, o cliente/consumidor de diligência comum é levado a ler e a conhecer o teor de tais cláusulas.

Assim sendo, porque se nos afigura muito restritiva a interpretação formulada pelo ICP-ANACOM nas “Linhas de Orientação”, relativamente ao campo para aposição de assinatura, deveria admitir-se a estipulação de cláusulas remissivas antes do campo em causa.

II – Conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação de serviços telefónicos acessíveis ao público (móveis ou em local fixo)

Importa, uma vez mais, referir que a entrega da mais variada documentação do operador com o clausulado do contrato não deve ser vista como um benefício para o cliente/consumidor, visto que o volume e complexidade dessa informação é tal que o cliente acaba por desprezar o importante por ser inundado com o acessório, sendo mesmo até que, muitas vezes, o acessório não é aplicável à relação que o cliente/consumidor pretende manter com o consumidor.

Na verdade, se a TMN entregar ao cliente/consumidor que com ela contrata toda a informação de que dispõe e por que o cliente/consumidor pode optar, no que respeita, por exemplo, a serviços e facilidades disponíveis, terá de entregar ao cliente/consumidor dezenas de folhetos informativos com a respectiva descrição.

Ora, o cliente decerto não lerá o contrato e a informação anexa entrega conjuntamente com o mesmo!

Assim, mais uma vez, consideramos ser de privilegiar situações em que, no próprio contrato, se informa claramente o cliente/consumidor do local onde pode obter toda a informação sobre a relação contratual a estabelecer (ex. O operador obriga-se a disponibilizar toda a informação respeitante a serviços que disponibiliza no seu sítio,

através da sua linha de apoio a clientes e em folhetos disponíveis em todos os seus pontos de venda).

A) Identidade e Endereço do Fornecedor

A TMN não tem qualquer comentário a apresentar relativamente ao previsto neste ponto.

B) Serviços fornecidos, níveis de qualidade de serviços oferecidos, bem como o tempo necessário para a ligação inicial

Importa, neste ponto, comentar a questão explanada pelo ICP-ANACOM no que respeita à informação a disponibilizar ao cliente/consumidor em referência à área geográfica de cobertura.

Conforme se pode facilmente constatar, é absolutamente impossível fornecer, no contrato, informação detalhada sobre cobertura, designadamente no que respeita a áreas de sombra, a cobertura “indoor” e áreas em que existe a possibilidade de se realizarem comunicações irregulares.

O fornecimento de tal informação como referido, implicaria ter e dar informação sobre cobertura concreta e de pormenor dentro de edifícios, em cada piso, designadamente nas caves, pequenas ruas, arruamentos, caminhos, o que é totalmente impraticável.

Acresce que a cobertura não fica estanque no momento de celebração do contrato, sofrendo diariamente evolução, principalmente no que respeita ao UMTS, em constante desenvolvimento, sendo que a entrega em cada momento de um mapa concreto e detalhado de cobertura traria para os operadores custos excessivos e desproporcionados na manutenção dos respectivos impressos, face ao benefício que se conseguiria para o cliente/consumidor.

Assim, consideramos que a obrigação de informação sobre cobertura deve ter-se como cumprida com a disponibilização de informação sobre o local onde o cliente/consumidor pode obter informação actualizada sobre cobertura da rede móvel.

C) Tipo de serviços de manutenção oferecidos

Apesar de já termos tido oportunidade de referir em comunicações trocadas com o ICP-ANACOM, gostaríamos de, nesta sede, comentar uma vez mais as diferenças de base existentes entre um contrato de prestação do serviço fixo de telefone de acesso directo (em que muitas vezes ocorre a entrega do equipamento terminal, impondo-se, por isso, as respectivas obrigações de manutenção) e o contrato do serviço móvel terrestre, em que apenas se regulamenta a prestação do serviço propriamente dito, não existindo, nesse contrato, qualquer obrigação do operador relativamente ao terminal.

Na verdade, para utilização do serviço móvel o terminal é adquirido pelo cliente/consumidor ao abrigo de contrato diverso do contrato de prestação de serviço, aplicando-se as regras jurídicas do tipo de contrato em questão (por exemplo, compra e venda e comodato).

Assim sendo, não faz sentido existir qualquer estipulação respeitante ao equipamento nos contratos de adesão do serviço móvel, pelo que sempre que nas “Linhas de Orientação” se fizer referência a equipamento, reparações e avarias, sugerimos seja acrescentada a expressão “quando aplicável”.

D) Detalhes dos preços e meios de obtenção de informações actualizadas sobre todos os preços aplicáveis

Neste ponto, apenas gostaríamos de reforçar as ideias já expostas ao longo do documento, no que respeita ao risco de o excesso de informação poder gerar confusão



no consumidor, considerando-se bastante para cumprimento da obrigação prevista na Lei, a disponibilização da informação no site institucional e nos pontos de venda, com referência no contrato a que o cliente pode sempre aceder à informação actualizada naqueles pontos.

E) Duração do contrato, condições de renovação, suspensão e de cessação dos serviços e do contrato

A TMN não tem qualquer comentário a apresentar relativamente ao previsto neste ponto.

F) Sistemas de indemnização ou de reembolso dos assinantes, aplicáveis em caso de incumprimento dos níveis de qualidade de serviço previstos no contrato

A TMN não tem qualquer comentário a apresentar relativamente ao previsto neste ponto.

CONCLUSÕES:

Em conclusão, apenas se impõe à TMN reiterar as preocupações já manifestadas no presente documento:

I - O cliente/consumidor não deve ser inundado com informação que ponha em risco a sua decisão de contratar de forma livre e esclarecida ou que o induza à não leitura dos termos do contrato;

II - O cliente/consumidor cada vez mais procura soluções claras, fáceis e simples para usufruir dos serviços comunicações electrónicas, o que, decerto, não será compatível



com a entrega de documentos com informação abundante e muitas vezes sem aplicação prática à relação entre o prestador e o consumidor;

III - A imposição aos prestadores de serviços de comunicações de electrónicas de regras desproporcionadas face ao benefício que o cliente/consumidor retira das mesmas prejudica a actuação dos prestadores de serviços no mercado em que actuam, trazendo custos excessivos, também eles desproporcionados, e que não se traduzem em valor acrescentado para o cliente/consumidor, como é disto exemplo a informação sobre “a área geográfica de cobertura, incluindo (...) áreas de sombra (outdoor e indoor) e de comunicações irregulares ...”.

Lisboa, 1 de Julho de 2005

