

Novas regras para as fidelizações nos contratos relativos a comunicações eletrónicas

Foi publicada recentemente legislação que altera a Lei das Comunicações Eletrónicas, no sentido de reforçar a proteção dos consumidores nos contratos de comunicações eletrónicas. Referimos aqui as principais novidades destas novas regras que as empresas terão de observar. Mas atenção que estas novas regras apenas se aplicam a partir de 17 de julho próximo. Até lá aplicam-se as regras anteriores.

A lei começa por definir “fidelização”, que deve ser entendida como o período durante o qual o consumidor se compromete a não cancelar um contrato ou a alterar as condições acordadas.

Um aspeto importante prende-se com a celebração dos contratos pelo telefone. Como se sabe, é possível a celebração por esta via observadas determinadas condições. Uma queixa recorrente dos consumidores era a não disponibilização do conteúdo das chamadas telefónicas, alegadamente porque ao fim de algum tempo as chamadas são destruídas por força da aplicação das regras relativas à proteção de dados pessoais. Contudo, as novas regras na contratação de serviços de comunicações eletrónicas por telefone determinam a obrigação de as empresas conservarem a gravação das chamadas telefónicas durante todo o período de vigência do contrato acordado.

Caso o contrato seja celebrado presencialmente, as empresas estão obrigadas a assegurar, através de meio escrito, que o assinante é informado adequadamente sobre os períodos de vigência acordados.

A lei também determina que as empresas de telecomunicações são obrigadas a oferecer a possibilidade de serem celebrados contratos sem período de fidelização, bem como contrato com períodos de fidelização de 6 ou de 12 meses, mantendo-se o período de 24 meses como a duração máxima do período de fidelização. Excecionalmente, contudo, poderão ser estabelecidos períodos adicionais de fidelização, até ao limite de 24 meses desde que (e de forma cumulativa) as alterações contratuais impliquem a atualização dos equipamentos ou da infraestrutura tecnológica e haja uma expressa aceitação da parte do consumidor. Dito por outras palavras, durante o período de fidelização ou no seu termo, não pode ser estabelecido novo período de fidelização, exceto se por vontade expressa do assinante for contratada a disponibilização subsidiada de novos equipamentos ou oferta de condições promocionais devidamente identificadas e quantificadas.

Na hipótese de o assinante resolver o contrato durante o período de fidelização, os encargos decorrentes dessa resolução, 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.

Por outro lado, os encargos pela cessação antecipada do contrato com período de 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.