

## **GRAU DE SATISFAÇÃO/INSATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE TELECOMUNICAÇÕES**

Entre as expectativas possíveis em 1/1/93, data em que Portugal entrou definitivamente e de pleno direito na Comunidade Europeia e as consequências da plena integração e das políticas de convergência situa-se toda uma zona de intenso debate técnico e político. Os aspectos do debate que chegam à divulgação mediática - muitas vezes reportado a indicadores quantitativos genéricos sobre quanto vamos receber na agricultura, quanto podemos gastar na formação profissional ou quanto ainda nos sobra para o Turismo! - deixam antever algum pendor pessimista quanto ao futuro do nosso pequeno equilíbrio social, cultural ou económico.

Sendo facto que o mercado europeu é, reconhecidamente, um mercado onde a qualidade é factor de diferenciação, onde a inovação científica e tecnológica tem, tradicionalmente, um peso específico no desenvolvimento sócio-económico, importará reflectir, neste momento, sobre a adequação das medidas estruturais incentivadas e/ou promovidas aos novos desafios decorrentes da situação de integração.

Na perspectiva do agente económico/profissional será, evidentemente, uma questão de adequação a um mercado alargado, com níveis de concorrência mais fortes e padrões de qualidade e segurança elevados. Do ponto de vista do agente económico/consumidor, ressalta que uma diversificação da oferta e uma maior formação/informação possa traduzir-se por uma alteração nos hábitos de consumo.

Competirá às estruturas da Administração pugnar pelo funcionamento de um mercado transparente e promover a convergência de interesses - nomeadamente por via de concertação - e os consensos necessários à prossecução de objectivos que se identifiquem com os padrões do que hoje é entendido por desenvolvimento sustentável.

O Mercado Interno tem vindo a ser palco de um rápido desenvolvimento de novas tecnologias (o que levou um comentarista a afirmar que a sociedade de consumo está prestes a subir um degrau no caminho para a sociedade da informação). No campo

das telecomunicações, as possibilidades abertas pela diversificação da oferta de novos produtos e serviços têm operado consideráveis modificações no mercado nacional, apesar de relativamente recentes, e um pouco à semelhança dos nossos parceiros europeus, impulsionado necessárias medidas de adaptação legislativa, no sentido da regulamentação do mercado e protecção da privacidade dos cidadãos.

A Comunidade Europeia tem procurado estabelecer objectivos prioritários para a definição duma política comunitária de telecomunicações, produzindo para o efeito diversos estudos e relatórios, nomeadamente sobre a situação dos serviços e orientação de tarifas e ajustamento das estruturas de preços. As conclusões vão no sentido da liberalização dos serviços públicos, na realização dum serviço universal num ambiente concorrencial ao nível da Comunidade e no reequilíbrio progressivo das estruturas tarifárias.

Diversos actos comunitários têm sido aprovados, sob a forma de directivas, recomendações, posições comuns, referentes à organização de um mercado comum de serviços e ao estabelecimento duma rede aberta de telecomunicações, respeitando o serviço telefónico básico e inúmeros outros serviços (transmissão de dados, etc.).

Recentemente (7 de Fevereiro de 1994) foi publicada uma Resolução do Conselho da C.E. sobre os princípios em matéria do serviço universal no sector das telecomunicações (94/C 48/01) onde estão identificadas as principais questões neste âmbito e se propõe aos estados membros "a criação e manutenção dum quadro regulamentar adequado e fixação de objectivos apropriados... a fim de assegurar... um serviço universal em todo o território".

Igualmente se convida a Comissão a "examinar, organizar... e estudar em conjunto com os estados membros" estas questões, nomeadamente a definição do serviço universal e seu financiamento, tendo em conta sobretudo as regiões periféricas e os princípios tarifários, transferências e outros problemas relevantes, sendo suposta a apresentação de relatório pormenorizado antes de 1 de Janeiro de 1986.

## **O consumidor**

A lei de defesa do consumidor (lei n° 29/81 de 22 de Agosto) define (art° 2°) como consumidor todo aquele a quem sejam fornecidos bens ou serviços destinados ao seu uso privado por pessoa singular ou colectiva que exerça, com carácter profissional, uma actividade económica.

Os direitos dos consumidores são um imperativo constitucional (art° 60 da CRP) o que constitui excepção em relação a muitos outros países.

Aqui são identificados:

- direito à qualidade de produtos e serviços;
- direito à formação;

- direito à informação;
- direito à protecção da saúde;
- direito à segurança;
- direito à protecção dos interesses económicos;
- direito à reparação de danos.

Incumbe prioritariamente ao Estado proteger o Consumidor (artº 81 - alínea d da CRP).

As estruturas competentes nesta matéria de apoio ao consumidor são, para além do Instituto do Consumidor, os Centros de Informação Autárquica aos Consumidores (CIAC), os Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo / Tribunais Arbitrais e as Associações de Consumidores, como a DECO, a UGC (União Geral de Consumidores), a Inter-consumidores, a APDC (Associação Portuguesa de Direito de Consumo), a ACOP (Associação dos Consumidores de Portugal), a ARCO (Associação Regional de Consumidores do Vale do Ave) e ainda outras associações e cooperativas que, no âmbito sectorial ou regional, representam e apoiam os consumidores. Cabe especial referência à UT3 - Associação Portuguesa de Utilizadores de Telefones, Telecomunicações e Telemática, aliás com assento no Conselho Consultivo do Instituto de Comunicações de Portugal que por esta via tem igualmente um papel a desempenhar na promoção da defesa do consumidor nos serviços de comunicações. Neste sector das Telecomunicações, foi criada pelas empresas prestadoras de serviços a figura do Provedor do Cliente de Telecomunicações, apresentado como entidade independente que pode receber reclamações de consumidores e utentes, mas com funções meramente consultivas (obtém informações e formula recomendações aos respectivos Conselhos de Administração, mas não tem competências para revogar ou alterar decisões).

Os Consumidores Portugueses dispõem de um conjunto de garantias de direito, porventura avançado mesmo em termos de outros parceiros comunitários, mas que não se coaduna com a aplicabilidade na prática.

A criação do Mercado Interno tem criado expectativas quanto se sabe que é tradicionalmente cotado como um Mercado de Qualidade que pugna por um grau elevado de protecção ao Consumidor. Confrontado até aqui com a posição de elo mais fraco da relação de mercado, sobretudo perante situações de monopólio ou predominância de decisões administrativas, a publicitação de medidas de privatização de alguns sectores fundamentais, como o dos serviços de telecomunicações, com justificação numa concorrência mais benéfica (aumento de qualidade e preços mais acessíveis, p. ex.), suscitam ainda expectativas redobradas aos consumidores.

Não se aspira aqui a atingir o nível de confronto de ideias e posições no campo do Direito Económico sobre a privatização de sectores essenciais mas, apenas, de reflectir se, até aqui, o interesse público tem sido observado e se a nova dimensão do mercado (novos produtos e serviços de Telecomunicações) tem correspondência numa maior transparência, sentido inequívoco de protecção dos interesses dos consumidores.

## O Mercado

Durante décadas o telefone e com menor expressão o telex constituíram as referências básicas para os utentes de telecomunicações. Por meio da Comunicação Social, os Portugueses viram (há bem pouco tempo) o seu quotidiano ocupado com novos conceitos, vocábulos, serviços, enfim, "invenções" que ocorriam no estrangeiro, nos países avançados tecnologicamente. E, quase de repente, estas realidades atravessaram fronteiras e chegaram em força: telemóvel, telecópia, videotext, videoconferência... enfim, processos de inovação tecnológica sem precedentes, baseados em equipamentos que, ao "casar" a informática com as telecomunicações, permitem novos produtos e serviços integrando funções até aqui entendidas separadamente, e que, por acréscimo, apresentam novas questões ao tradicional relacionamento das empresas operadoras com os utilizadores. Crescente número de empresas e profissionais passaram a depender destes novos serviços (e do fornecimento adequado de energia eléctrica) para a elevação dos seus padrões de qualidade de laboração e sequente oferta dos seus produtos ou serviços em condições concorrenciais (sendo hoje ponto assente que nenhuma actividade económica e social pode subsistir sem uma rede de telecomunicações bem dimensionada e operativa).

Os consumidores como aqui são entendidos, não constituem ainda, no nosso país, o grosso dos utilizadores destes novos serviços, embora se possa prever a médio prazo uma situação diversa com o crescimento de oferta, sobretudo, de Bancos de Dados e outros itens correlacionados com a utilização informática para uso pessoal.

De qualquer modo, para o consumidor comum, este desenvolvimento tecnológico do mercado levaria a expectar uma adequada elevação de qualidade aliada a uma evidente redução de preço dos serviços, visto que, na situação decorrente do Mercado Interno, se torna aparentemente paradoxal que uma chamada telefónica para a Alemanha (país da CE) custe mais do dobro do que se fosse efectuada inversamente, tanto mais que a privatização de empórios públicos e abertura à concorrência do sector sempre foi publicitada como necessária à realização dos itens acima referidos.

Se por um lado se observa uma nítida melhoria da qualidade de alguns serviços prestados, verifica-se igualmente uma redução noutras áreas mais tradicionais, coexistindo com a proposta de recurso à utilização de Serviços de Valor Acrescentado, de introdução relativamente recente e, estes sim, dirigidos fundamentalmente a um público - alvo maioritariamente "consumidor". A julgar sobretudo pela agressividade das mensagens publicitárias de alguns destes serviços, poder-se-á supor que a adequação dos serviços públicos à satisfação de necessidades básicas poderá transformar-se em mera actividade secundária.

Na perspectiva do consumidor, do serviço público básico - ou seja, o telefone - depende a satisfação de necessidades primárias que o estágio actual da civilização determina.

Será, pois, em relação a esse serviço que se aspiram os desenvolvimentos na qualidade da sua prestação.

Interessa aqui referir que, a definição normalmente aceite de serviço público básico (independentemente da entidade prestadora ser pública ou concessionada) engloba o conjunto de sectores considerados essenciais ao desenvolvimento da sociedade moderna - distribuição doméstica de água, electricidade, gás e telefone. Todos eles apresentam similaridades entre si que os tornam diferenciáveis de outros sectores do mercado, a saber:

- Os serviços são prestados em condições de monopólio (seja a nível local, regional ou nacional),
- conseqüentemente, colocam o consumidor perante uma situação de facto consumado, pois para além de não poder decidir por livre escolha, não pode exercer os seus direitos plenamente pois é sempre confrontado com uma falsa opção ditada pela ameaça de interrupção do fornecimento de um serviço essencial.

A fragilidade contratual tem justificado uma actuação das autoridades criando mecanismos reguladores especiais para estes sectores, mais necessários quando o operador é uma empresa privada, que obviamente terá tendência de privilegiar o investimento em áreas mais lucrativas em detrimento da prestação de serviços básicos, muitas vezes ditados por razões de ordem social.

No âmbito da prestação de serviços públicos de telefones, o consumidor é ainda confrontado com o facto de lhe ser difícil controlar os seus consumos, pois enquanto com o fornecimento de água, electricidade ou gás possui um contador na sua residência, no caso vertente os contadores encontram-se instalados em centrais de difícil acesso para a generalidade dos consumidores. Embora a possibilidade de "visita" ao contador seja encarado pelas empresas operadoras como um acto revelador de uma maior transparência de procedimento e maior qualidade do serviço, é de facto de praticabilidade muito limitada, optando as Associações de Consumidores por defender, em contrapartida, a instalação em casa do utente de um contador de impulsos ou fiscalizador de chamadas com a mesma força probatória dos contadores existentes nas centrais (inversamente à situação actual em que esta instalação é requerida - e paga - pelo cliente sem poder de prova).

A posição das Associações de Consumidores quanto ao funcionamento dos novos e antigos serviços de telecomunicações foi sintetizada (numa entrevista) pelo Dr. Matos Pereira enquanto Presidente da UT3, em que, salientando que o nível do serviço melhorou em alguns aspectos, acompanhado por um maior nível de consciencialização e de organização dos utilizadores a nível nacional e internacional, reconhece que "As telecomunicações ainda são para muitos portugueses artigos de luxo que estão acima do seu poder de compra... o leque dos problemas dos utilizadores de telecomunicações é variado: desde o cidadão sem telefone, que depende das cabines telefónicas, dos postes de correio e dos telefones de cafés e casas comerciais para comunicar e cujo problema é conseguir um telefone, ao assinante que se queixa de facturas, de qualidade de serviços... A Qualidade entendida como satisfação das necessidades dos utilizadores, tem sido prolongadamente ignorada pela filosofia de monopólio sujeito

aos mais variados condicionalismos estatais e caprichos políticos das duas últimas décadas. A Qualidade de quase todos os serviços conexos prestados pelas companhias, desde o planeamento à facturação, aos serviços de assistência, reclamações, informações, etc. ressentem-se da inexistência do conceito de cliente e de uma falta de consciência generalizada de que as empresas existem para satisfazer as suas necessidades. O conceito em vigor ainda é o de UTENTE, que é aquele que USA O QUE HÁ, QUANDO HÁ E COMO HÁ."

Outras referências, com pontos comuns, têm sido efectuadas por diversas Associações de Consumidores (como a DECO e a ACOP), sobre o serviço telefónico básico, objecto de volume apreciável de reclamações dos consumidores nos anos transactos.

No entanto, os STVA, de introdução recente mas com uma diversidade de oferta crescente, têm sido os protagonistas de maior conflitualidade no sector.

Os STVA incluem-se numa área comercialmente designada por "telemercado", "telemarketing" ou "audiotexto" e no dizer da lei (DL nº 329/90 de 23/10) "são aqueles que, tendo como único suporte os serviços fundamentais ou complementares, não exigem infra-estruturas de telecomunicações próprias e são diferenciáveis em relação aos próprios serviços que lhes servem de suporte".

Os serviços de TVA poderão ser identificados em:

- mensagens pré-gravadas
- conversações directas com um operador ou diversos utentes
- serviços interactivos

Os dois primeiros (telemercado directo) implicam fundamentalmente três intervenientes - o consumidor, a empresa pública de telecomunicações e a empresa prestadora do serviço VA - em que o primeiro tem à disposição, mediante os meios técnicos facilitados pelo segundo de um número de propostas fonográficas disponibilizadas pelo terceiro, sendo a contrapartida financeira repartida pelos dois últimos.

O último, refere-se no nosso caso sobretudo à televisão e mais não é que incluir um quarto interveniente, emissor de programas, que permite ao telespectador, participar em programas ou escolhê-los, sendo em conformidade a respectiva contrapartida alargada ao novo agente.

Em 1993, os números relativos a reclamações de consumidores são avassaladores: os TLP, p. ex., que registaram uma constante de 1 reclamação por mil facturas até finais de 1992, apresentaram em Abril o valor de 2,9, não sendo divulgados números concretos em relação à TELECOM, embora responsáveis da empresa tenham reconhecido um aumento "sensível".

Relativamente ao IC, Tribunal Arbitral de Lisboa, grande maioria de CIAC e Associações de Consumidores, os processos de reclamação (na maior parte de facturação) ocuparam o 1º lugar no cômputo total dos sectores, muitas vezes distanciados do próximo item na classificação (o CIAC de Alenquer, inaugurado

recentemente, registou 162 reclamações em 1993, das quais 157 sobre os serviços telefónicos, não constituindo caso único).

Os dados fornecidos pelo Provedor do Cliente das Telecomunicações são igualmente elucidativos:

O total de processos atingiu os 3510, dos quais 2260 são processos novos, tendo sido arquivados com solução favorável 509 e desfavoráveis 399, encontrando-se os restantes pendentes de decisão.

O número relevante de facturas não cobradas pesou, provavelmente, na decisão do Ministro das Obras Públicas, ao interditar o acesso à rede básica de telecomunicações das "Hot lines" (números eróticos).

Ora todos nós sabemos que, na verdade, as medições não são infalíveis. Sabemos que as reclamações, a serem devidamente apreciadas, são aferidas pelos serviços com os mesmos instrumentos que podem ter sido responsáveis pelos presumíveis erros constatados.

Sabemos ainda que a recusa de facturação detalhada que é normalmente justificada por impossibilidade dado o nível tecnológico instalado (embora já tenha sido anunciada em 1989 pelos CTT e posteriormente pelos TLP) e de outros processos de controle e verificação (porque é que o contador instalado em casa não constitui prova ou não pode ser confrontado com o contador da Central?) constitui, para o consumidor, indício de suspeita sobre a precisão do sistema.

Mas o objectivo não é, aqui, apreciar o fundamento das reclamações ou do seguimento que as empresas entendem das mesmas.

Será sobretudo questionar-mo-nos sobre a adequação das normas legais ao funcionamento deste mercado, ou seja, independentemente de se saber se as reclamações se justificam ou não, dever-se-á reflectir sobre um conjunto de questões pertinentes, como:

- O serviço público de telecomunicações (como o próprio nome indica) tem por objectivo a prestação de um tipo de serviço predominantemente público, sendo esta fornecida em regime de monopólio (rede fixa terrestre) ou oligopólio (rede móvel terrestre), mediante um contrato - tipo de adesão com um conteúdo vinculativo previamente estabelecido pelo operador público.

A possibilidade de fornecimento de STVA mediante acção de operadores privados poderá configurar-se como alteração contratual unilateral (se os STVA forem prestados conjuntamente, ou seja, a título principal) ou aditamento (se os STVA se apresentarem como serviço acessório).

De qualquer modo os consumidores são confrontados com a prestação de um serviço que o contrato não prevê e de natureza substancialmente diferente (jogos de fortuna e azar, conversações de conteúdo erótico, ligações em cadeia) e para o qual tem de suportar o ónus do requerimento de

cancelamento de serviço e a mensalidade respectiva. O pedido de resolução do contrato com base na alteração unilateral do mesmo é impraticável, dado que impossibilitaria o consumidor de dispôr do serviço de telecomunicações básico.

- A "colagem" da facturação dos STVA, englobado na factura relativa ao serviço público básico e a ser cobrado pela empresa pública, assume-se como um "privilégio" dos operadores privados, pois mais uma vez os consumidores não podem pôr em causa o seu pagamento sem a conseqüente sanção do corte do serviço público básico. A exigência dos consumidores e Associações do serviço de facturação detalhada não tem obtido resposta favorável dos operadores públicos, com os argumentos de insuficiência de meios técnicos e violação de disposições constitucionais - reserva da intimidade da vida privada. Ora, sendo certo que introdução de "software" específico para esta operação custa dinheiro, a digitalização da rede telefónica torna possível a prestação deste serviço. Por outro lado, não está em causa a divulgação do conteúdo das chamadas, mas apenas a identificação dos números de destino das mesmas, e estas informações são solicitadas pelo próprio assinante.
- Levantam-se ainda dúvidas relativas à informação e publicidade. A informação disponibilizada pelos STVA não é suficientemente esclarecedora, limitando-se na maior parte dos casos à mera indicação semi-dissimulada de custo das unidades omitindo referência relativa à duração total da gravação, ao custo num determinado momento (p. ex. dos serviços em cadeia ou non-stop), ao custo no final, ou à repartição do custo pelas entidades envolvidas.

Da publicidade refiram-se principalmente as mensagens que visam atingir um público jovem, adolescente e até infantil, altamente influenciável e sem a correcta percepção dos custos inerentes, com acesso a áreas que confinam com o erotismo ou jogos de fortuna e azar.

### **Regimes de outros países**

Nos Estados Unidos o sector de telecomunicações está privatizado, sendo várias as companhias operadoras. A Comissão Federal de Comunicações é a entidade reguladora deste sector, e, em finais de 1991 aprovou um amplo conjunto de normas relativas a serviços de tarifas especiais, das quais consta a possibilidade do consumidor requerer gratuitamente o bloqueio de acesso ao sistema de STVA (só haverá lugar a pagamento quando o consumidor solicite o desbloqueio ou um segundo bloqueio).

Outra medida interessante estabelece que as companhias não podem cortar o serviço telefónico básico por falta de pagamento de serviços de tarifa especial (a companhia e o prestador do serviço têm de efectuar estas cobranças por outros meios). As

companhias têm também por obrigação facultar os elementos identificativos dos prestadores de serviços sempre que solicitado pelo consumidor.

Desde a sua introdução em meados dos anos 80 que se verificou uma diversificação assinalável neste tipo de serviços e modalidades de sua oferta. Assim, por exemplo, era frequente o uso de chamadas a cobrar no destinatário propondo uma quantidade incrível de serviços (a tarifas especiais): se o consumidor estivesse interessado, bastava marcar o "0", p. ex., o que veio a colocar muitos problemas dado o uso generalizado de atendedores automáticos, situação em que haveria cobrança sem que o serviço fosse sequer utilizado.

A Comissão Federal de Comunicações proibiu esta prática, sendo que, agora, só é permitido este serviço quando o consumidor indicar que aceita voluntariamente a chamada e o custo (podendo, para o efeito, discar um número pré-determinado).

As normas da CFC obrigam ainda os serviços de audiotexto a incluir um preâmbulo - excepto se tiverem um preço fixo não superior a dois dólares - que identifique claramente o prestador do serviço, descrição dos custos e natureza da informação (produto ou serviço proposto), incluindo ainda uma advertência aos menores de 18 anos para desligarem se não têm consentimento dos pais. No final do preâmbulo, que deve ser claramente perceptível, o prestador do serviço tem que dar oportunidade ao consumidor para desligar, se não estiver interessado, sendo assim gratuita a chamada.

Parece pois ser de concluir que o mercado das Telecomunicações nos EUA se caracteriza por grande diversificação da oferta de novos produtos e serviços, convenientemente articulada com uma efectiva protecção do consumidor, no que respeita ao serviço público básico como aos serviços de tarifa especial (n. e. STVA).

Na Grã-Bretanha os serviços telefónicos foram privatizados em 1984, juntamente com a companhia British Telecom. Desde então surgiram várias empresas (Mercury, Vodafone, etc.) e um número de companhias de televisão por cabo e telemóveis, mas a BT continua a deter um monopólio virtual do serviço público básico aos consumidores. Tal como no referente aos restantes serviços públicos - água, electricidade e gás - aquando da privatização foi criado um organismo regulador do mercado - neste caso a OFTEL (abreviatura de Office of Telecommunications) - com competências de acompanhamento do mercado, licenciamento e concessões, aprovação de preços, definição de normas e apoio aos clientes em caso de conflito.

O National Consumer Council (NCC), na sua tarefa de promoção e salvaguarda dos interesses dos consumidores, tem realizado diversos estudos sobre as consequências da privatização dos sectores públicos. No caso das telecomunicações, as conclusões referem que se verificou alguma subida dos níveis de qualidade, mais evidentes em esquemas de prestação de serviço a consumidores desfavorecidos (supportline) ou noutros alternativos, embora os resultados da concorrência sejam considerados negativos, sobretudo devido ao crescimento dos preços acima da inflação no fornecimento do serviço público básico.

Com a privatização registou-se um aumento e diversificação da oferta de serviços, entre os quais os STVA, muitos deles relativos a listas de empregos promovidos por agências especializadas, o que levantou desde logo um conjunto de conflitos dado

terem sido verificadas numerosas fraudes que iam desde a transmissão de dados falsos (empregos inexistentes) até à não actualização regular das informações (empregos já preenchidos há bastante tempo continuavam em oferta).

Face à situação foi logo criado um organismo independente - o ICSTIS (Independent Committee for the Supervision of Standards of Telephone Information Services) - com a missão de receber e processar as reclamações, acompanhar o mercado e elaborar um Código de Conduta com regras específicas a observar, controlando o seu cumprimento e procedendo à actualização periódica das suas normas.

Estas permitem o bloqueio gratuito de acesso aos STVA e, no caso dos sistemas digitais (cerca de 70%) podem ainda permitir o bloqueio unicamente a determinadas linhas, conforme o desejo do consumidor.

É ainda consagrada a obrigação de introduzir um preâmbulo informativo gratuito no início das gravações e um aviso especial para gravações com duração superior a dez minutos.

Os serviços de conversação directa são os mais controlados, pois o ICSTIS obriga todos os prestadores à gravação de todos os conteúdos, para utilização em caso de conflito. O preâmbulo deve informar do custo, identificação do prestador do serviço e advertência de que as conversações serão gravadas, estando proibida a utilização do sistema para a angariação de contactos ou encontros pessoais (e caso está, tudo o que incorra na definição de incitamento à prostituição).

Existem ainda normas específicas para outros serviços que ofereçam prémios, promoções de vendas, concursos, oportunidades de emprego, ou bancos de dados.

O Código de Conduta contempla ainda, com especial detalhe, a publicidade aos STVA nos diversos meios de comunicação (rádio, televisão, telefone, fax, etc.) impondo a observância de um conjunto de normas sobre informação de preços, incluindo IVA, que se torna obrigatória nos anúncios ou preâmbulo dos serviços com duração superior a 1 minuto. Outros aspectos referem-se a publicidade enganosa, discriminatória ou com apelos à violência, sadismo e crueldade.

Especial cuidado merecem os serviços dirigidos ao público infantil, cuja publicidade não pode explorar a falta de experiência de menores ou incluir conteúdos que possam afectá-los mental ou moralmente, nem conter pedidos directos à compra ou utilização do serviço e devem recordar que só o podem contactar com o consentimento do titular do telefone.

Neste caso pode-se igualmente inferir que há a preocupação de acompanhar convenientemente a evolução do mercado de STVA, tanto no aspecto formal como no seu conteúdo, promovendo a transparência deste mercado específico até mesmo no aspecto da publicidade veiculada por outros meios.

Em Espanha o sector das telecomunicações continua a ser, desde a última regulamentação datada de 1982, um monopólio da Companhia Telefónica Nacional (CTNE), que desde o início da década de 90, sobretudo, procedeu a uma

modernização que trouxe igualmente a diversificação de serviços ofertados e a inclusão dos STVA. A Espanha possui, no entanto, um conjunto articulado de organismos de apoio ao consumidor, como as OMIC (Oficinas Municipais de Informação ao Consumidor) e que passam pelas Delegações Provinciais de trabalho e bem estar social, Inspeções de Consumo Regionais e outros e que culminam em Sistemas de Arbitragem (Juntas Arbitrais de Consumo) de eficácia comprovada (e, por curiosidade, de constituição algo parecida aos Centros de Arbitragem / Tribunais Arbitrais Portugueses) e cujas decisões têm carácter judicial.

Não obstante, os problemas que levantam os STVA, levaram as autoridades, nomeadamente o INC (Instituto Nacional de Consumo) a reclamar medidas conducentes à clarificação do sector, melhor informação, protecção do uso por menores, facturação e acesso aos STVA somente a requerimento do consumidor. Para além do sistema arbitral, foram realizados esforços de concertação que culminaram na criação de um Conselho de Mediação e Acompanhamento do serviço telefónico, integrando representantes dos principais sectores implicados: Consumidores, Administração e CTNE. Recentemente começaram já a funcionar Comissões Provinciais de Mediação do serviço telefónico.

Em finais de 93 estaria em preparação legislação específica (uma espécie de Código de Conduta), tendo a CTNE suspenso os serviços de conteúdo erótico ("Hot line") e de conversação múltipla ou em cadeia ("Party line") até ao seu acerto e entrada em vigor.

Os serviços de TVA, ao que se sabe, continuam interditos na Alemanha, sendo que a França e Itália o limitam à transmissão pelo "minitel".

Outros países como a Bélgica ou Japão não tinham, em meados de 93, adoptado ainda legislação específica.

## **Grau de satisfação e qualidade**

Diversos estudos de opinião têm sido realizados procurando aferir do grau de satisfação dos consumidores de telecomunicações e a sua correlação com diversos aspectos de qualidade de serviços oferecidos. Deles ressalta que a qualidade do serviço embora influencie não é determinante para o Grau de Satisfação dos clientes sendo este mais correlacionado com aspectos económicos (como preço e valor percebido - value for money). Resulta assim que a competitividade e liderança duma empresa se medem por parâmetros de preço e valor (sendo que o valor percebido pelo cliente se relaciona com a Qualidade Total oferecida pela empresa).

Ora, por força das novas condições do mercado, hoje em dia a qualidade gera um movimento de abaixamento de custo.

Parece pois de concluir que a evolução das condições do mercado das telecomunicações ditará um maior relacionamento entre a elevação de padrões de

qualidade nos serviços oferecidos e o correspondente grau de satisfação dos consumidores.

Se até aqui analisámos mais os aspectos relativos à insatisfação dos consumidores, tal se deve apenas à necessidade de estabelecer medidas regularizadoras que solucionem os aspectos negativos e possibilitem maior transparência e qualidade neste mercado, que podem ser, relativamente aos STVA, no sentido:

- possibilidade de bloqueio grátis dos serviços especiais;
- obrigatoriedade de observância de certos itens relacionados com a informação e a publicidade;
- inclusão de preâmbulos com indicações de duração e custo e introdução de cortes automáticos nos serviços non-stop para o efeito;
- proibição de alguns serviços destinados a menores e limitação a determinadas hora/dia de outros não adequados por forma a obstar à sua utilização por aqueles;
- autonomização da emissão e cobrança de facturas (detalhadas);
- elaboração de regras claras e eficazes sobre os conteúdos destes serviços.

Algumas medidas que têm sido tomadas, são indicadores de evolução favorável deste sector. Recentemente foi criada a Associação Portuguesa dos Prestadores de Serviços de Telecomunicações de Valor Acrescentado - APPSTVA - que produziu um código de conduta. O ICP (em cujo conselho consultivo está representada a UT3) estabeleceu como uma das prioridades no Plano de Actividades para 94 "promover a defesa dos consumidores dos Serviços de Telecomunicações".

Acresce ainda a aprovação em 22 de Março da Portaria nº 160/94 (alterando o Regulamento de Exploração dos STVA) e consagrando novas medidas relativas à transparência da facturação, acesso, identificação e publicitação do serviço, prevendo ainda a adopção pelo ICP de um código de conduta vinculativo para todos os operadores.

De referir ainda a importante Declaração da Comissão (94/C 48/06) sobre os princípios dos serviços universais do Sector de Telecomunicações (considerada como apresentando interesse para o Espaço Económico Europeu), onde estão descritos os procedimentos para fixação de objectivos a adoptar pelas autoridades nacionais em diversas matérias, como a Qualidade do Serviço, Política de Tarificação (incluindo facturação detalhada), informação sobre os serviços, resolução de litígios, acesso a serviços de urgência e condições específicas para os deficientes e pessoas com necessidades específicas, entre outras.

Do impacto destas medidas no mercado, ou de outras que venham a ser consideradas necessárias, resultará certamente uma redução de conflitualidade e uma melhor adequação dos serviços básicos e especiais às necessidades dos consumidores, possibilitando uma maior qualidade de oferta, um progresso deste mercado essencial aliado numa maior satisfação dos consumidores.

**Mas, à parte a regulamentação, ou concertação, o desenvolvimento da relação empresa-consumidor será, sempre determinado pelo nível da qualidade dos serviços disponibilizados.**

**Autor da Comunicação**

**NOME : Manuel Tão, Dr.  
(Assessor Principal do Instituto do Consumidor)**

*O autor agradece a colaboração do Eng. Luis Sousa Cardoso, Dr. Matos Pereira e Dr. Beja Santos.*