



"Impactos para o Consumidor"

## UM DIFÍCIL JOGO DE EQUILÍBRIOS

*Em teoria, o novo pacote da CE é muito positivo para os consumidores europeus de comunicações. Há mais transparência, uma maior proteção face aos operadores e preços cada vez mais acessíveis. O problema é que as novas medidas podem pôr em risco a oferta que já existe, comprometer os investimentos e ameaçar a competitividade do mercado*

**TANTO A PROPOSTA** inicial do novo pacote regulatório da CE como a versão alterada pelo PE defendem um espaço geográfico único das comunicações, sem barreiras tarifárias, com operadores pan-europeus, mais investimento e mais competitividade. Do ponto de vista dos consumidores, o projeto é visto como muito positivo. Haverá preços mais baixos, serão eliminados os custos do *roaming* no espaço europeu, assim como as diferenças entre as chamadas fixas, serão criados contratos-tipo transparentes e mais simplificados, haverá uma maior informação e comunicação sobre serviços e tarifários e será implementado o princípio da neutralidade das redes. Entre outras novidades. Se os consumidores dispõem hoje de mecanismos de proteção significativos no âmbito das comunicações, a ser implementado o projeto, serão ainda mais protegidos. Mas há

que ter em conta o 'reverso da medalha': o impacto que as medidas terão nos operadores, na competitividade, na capacidade de investimento e na inovação do setor. Encontrar o equilíbrio certo entre direitos do consumidor e um mercado dinâmico e em crescimento é a grande dificuldade. E há muitas dúvidas no ar. Será que a proteção do consumidor está mesmo garantida? Como é medida a transparência dos contratos e da comunicação? Como pode ser garantida a largura de banda num contexto de limitação das redes? Como é que os operadores

poderão gerir o tráfego e a relação com os distintos prestadores de serviços? Como pode ser assegurada a tão falada neutralidade da rede? Questões que foram debatidas numa sessão moderada por Octávio Castelo Paulo (SRS), que reuniu representantes dos consumidores. A imagem da classe política europeia está manchada junto dos consumidores, que questionam a sua autoridade e legitimidade para impor regras e limites que condicionam e controlam o dia-a-dia das pessoas no país de origem. Citando um estudo da empresa que representa, a

“

**SE OS CONSUMIDORES DISPÕEM HOJE DE MECANISMOS DE PROTEÇÃO SIGNIFICATIVOS, A SER IMPLEMENTADO O PROJETO SERÃO AINDA MAIS PROTEGIDOS. MAS HÁ QUE TER EM CONTA O 'REVERSO DA MEDALHA': O IMPACTO QUE AS MEDIDAS TERÃO NOS OPERADORES**

”

IPSOS APEME, Carlos Liz, sócio-gerente, refere que os países do sul da Europa são os que se mostram mais desconfiados e descontentes com as políticas do Velho Continente. Cerca de 68% dos europeus entendem que a UE está a ir na direção errada e há desconfiança em relação ao poder político, mas apenas 18% sairia da União Europeia. "O mercado europeu é visto como positivo, mas a prática política e económica é considerada má", diz, destacando que o desemprego e a liberdade de viajar surgem como os dois tópicos associados à UE mais citados pelos inquiridos neste estudo. A inovação tecnológica ficou de fora, razão pela qual "a medida do *roaming* até pode ser tida como importante, mas não encaixa na percepção dos consumidores, numa perspetiva global."

#### NEUTRALIDADE DA REDE VERSUS EFETIVA COMPETIÇÃO

Carlos Liz questiona ainda o porquê dos operadores se queixarem com quebras nas receitas, quando são eles próprios que estão a "estragar" os preços e a comprometer o seu futuro. Justificando, lembra que as comunicações são hoje constitutivas da vida nova, são uma parte fundamental da vida das pessoas e o seu valor é incalculável para os consumidores em termos pessoais. "O valor do telefone está intimamente ligado à liberdade de viagem, ao conceito de transporte de memórias. Se as pessoas precisam tanto dos telefones, como é que tanto valor dá tão pouco preço? Tem que se determinar a lógica política nas telecomunicações a nível europeu", defende. E tem que se ter em conta a importância e o poder dos operadores enquanto marcas nacionais. "Em Portugal, as marcas fazem parte da cidadania portuguesa. Por questões históricas, o país cresceu graças às marcas e as pessoas aprenderam muito graças à cultura de comunicação das marcas. Nas telecomunicações, as marcas nacionais são muito poderosas do ponto de vista da percepção. E são respeitadas. A questão é saber como vão ficar no contexto europeu centralizado", refere, acreditando que existirão grandes oportunidades para as "marcas que se saibam mexer" e enormes possibilidades de reformatação do mercado se o pacote avançar com o formato que está definido neste momento. "As marcas vão ser chamadas a um exercício desafiador se o pacote se mantiver desta forma, tal como está estabelecido agora, mas duvido muito que isso vá acontecer."

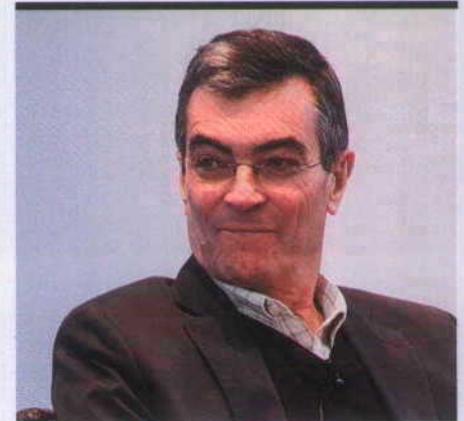
Comentando especificamente a questão da neutralidade da rede, José Legatheux, do Departamento de Informática FCT/UNL, também entende que a Internet desempenha hoje um papel fundamental na cidadania, no exercício da liberdade e no incremento da produtividade do tecido empresarial, entre outros. E que o debate sobre a neutralidade da rede chama a atenção para que, dentro de pouco tempo, o acesso à Internet passará a ser um direito humano e a neutralidade da rede uma infraestrutura essencial, sendo que ninguém tem o direito de intervir sobre ela. Esta questão desencadeia um debate que é parcialmente político, mas que tem argumentos que se esgrimem de parte da parte. Para este responsável, existem à partida dois caminhos: a visão de que o consumidor manda e a visão de que quem manda é o operador.

"No primeiro caso, o único fator de diferenciação do contrato seria o débito, idealmente *flat fee*. Esta cisão é idealista e um pouco injusta para muitos consumidores, na medida em que só seria realista se fosse viável economicamente. Mas o quadro tecnológico e económico não é esse. Há um fator de *overbooking* que envolve outros fatores na equação", lembra. Por um lado, o consumidor intensivo consome sempre mais recursos que os utilizadores não intensivos, o que degrada a qualidade do sinal do outro. Por outro, o departamento de marketing da maioria dos operadores, durante o período de lançamento, promove uma utilização da internet em *flat fee*, sem mencionar esta degradação do serviço por incapacidade da rede. "Há uma falsidade de parte a parte", refere, sublinhando que os pacotes não são claros. "Este é um campo explosivo que, sem regulação, cria condições dramáticas de anti-competição e cria consequências graves. É difícil traçar uma linha divisória clara sobre onde está a razão", destaca.

Para este docente universitário, é necessário garantir uma efetiva competição, assim como a diversidade de serviços não discriminatórios, a possibilidade de o consumidor escolher de forma informada os fornecedores e os serviços que contrata, a existência de alternativas e a transparência. "A questão chave para isto funcionar chama-se competição. Sem competição e ofertas alternativas, nada funciona no âmbito da neutralidade da rede". Mas será que as medidas relacionadas com a neutralidade da rede vão permitir a competição? "O problema é que as empresas são mais rentáveis em



Carlos Liz questiona o porquê dos operadores se queixarem das quebras nas receitas, quando são eles próprios que estão a "estragar" os preços e a comprometer o seu futuro.



É preciso educar operadores e consumidores em qualidade de serviço, contratos e combater às práticas anti-competitivas, diz José Legatheux. É fundamental travar barreiras à entrada de novos players e à inovação



Para Teresa Moreira, o mercado das comunicações é o melhor exemplo de que a concorrência não chega para proteger o consumidor. É preciso uma grande atenção na regulação, na supervisão e na defesa do consumidor

escala e o efeito de escala das redes leva inevitavelmente a um contexto de concentração”, diz. Assim, reconhecendo que o pacote da CE defende a transparência e a clareza, considera que há dúvidas na forma de endereçar este problema da competição corretamente.

E se “subtilmente”, o PE alterou a versão inicial e introduziu um conceito economicamente mais realista e de maior competição, não esclarece a viabilidade económica. Retirou apenas de forma inteligente termos que poderiam ser alvo de várias interpretações, como “gestão razoável” e “economicamente realista”. E menciona inclusivamente que os serviços de valor acrescentado não podem ser oferecidos em detrimento de serviços base de qualidade aceitável. Mas “remete para debaixo do tapete a noção de qualidade aceitável e a discussão sobre a viabilidade económica do fornecedor”.

Este orador alerta também para a necessidade de prudência na evolução da liberalização e na forma como operadores se vão misturando com os fornecedores de serviços de valor acrescentado. Até pelo facto de o regulador apenas conseguir atuar de fora, o que limita a sua ação. “É preciso educarmos os operadores e os consumidores em qualidade de serviço, contratos e no combate às práticas anti-competitivas”, defende, mencionando ainda a criação de contratos tipo como um dos aspetos mais positivos da proposta. Mas é fundamental que se impeça o estabelecimento de barreiras à entrada de novos *players* e à inovação, sendo esta “a função dos reguladores”.

#### REGULAÇÃO E CONHECIMENTO SÃO DETERMINANTES

Enquanto líder da Direção Geral do Consumidor, Teresa Moreira começou por destacar que a política de defesa do consumidor é cada vez mais transversal. E no direito dos consumidores, existem competências partilhadas entre a União Europeia e os Estados-membros que permitem que vários países mantenham diferentes políticas protetoras relativamente aos seus consumidores no espaço europeu. Neste âmbito, o pacote regulamentar tem objetivos muito bem-vindos na ótica do direito do consumidor. “Falar-se na possibilidade de redução de custos e na garantia de direitos acrescidos, como a não-discriminação nas comunicações nacionais e intraeuropeias, o reforço à contratação, a transparência e a portabilidade é positivo”, refere. E a proposta “traz algo que queremos há mui-

“ ENCONTRAR O EQUILÍBRIO CERTO ENTRE DIREITOS DO CONSUMIDOR E UM MERCADO DINÂMICO E EM CRESCIMENTO É A GRANDE DIFICULDADE. E HÁ MUITAS DÚVIDAS NO AR, COMO FICOU BEM EVIDENTE NESTA SESSÃO QUE REUNIU REPRESENTANTES DOS CONSUMIDORES ”



to tempo: a questão da duração dos contratos e dos períodos de fidelização, que tem sido muito contestada em Portugal”. Mas se, em termos globais, o novo pacote tem medidas mais benéficas para consumidores, ao consagrar novas faculdades que não existem atualmente em Portugal, a diretora-geral do Consumidor admite que “possa pôr em risco a concorrência do setor e que, por essa via, os consumidores possam perder”. E o mercado das comunicações é, na sua opinião, o melhor exemplo de que a concorrência não chega para proteger o consumidor. É preciso sobretudo uma grande atenção na regulação, na supervisão e na defesa do consumidor. “Não é o dinamismo do mercado e a maior concorrência ou o aumento das ofertas que garante o nível de proteção do consumidor. Tem que haver uma boa articulação entre todas as entidades públicas e é importante que haja informação e conhecimento”, adianta.

A comunicação e a publicidade são apontadas como as principais preocupações, nomeadamente no que diz respeito aos pacotes de serviços. E, se a proposta da CE com as alterações do PE traz mais equilíbrio às regras inicialmente previstas, nomeadamente no que diz respeito aos direitos do consumidor, há aspetos que têm que ser melhorados e esclarecidos. Especificando, Teresa Moreira adianta que há conceitos indeterminados que precisam de ser clarificados, como o tema da utilização razoável ou da gestão razoável de tráfego. “A coordenação europeia e cooperação nacionais são fundamentais para que as vantagens se concretizem”, até porque em Portugal e na UE o setor das comunicações é dos que regista mais reclamações. Uma situação que pode ser explicada pela concorrência, o que “obriga a que as empresas tenham uma comunicação cada vez mais apurada”.