

"Alteração da Lei da Televisão" e da "Lei do Cinema"

Foi publicada a 19 de novembro a [Lei nº 74/2020](#), que transpõe para a ordem jurídica portuguesa a Diretiva 2018/1808, alterando a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho ("Lei da Televisão") e a Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro ("Lei do Cinema").



No que respeita à proteção dos direitos dos consumidores, salienta-se o artigo 25º da Lei, que prevê, no seu nº 7, que “As alterações à composição da oferta dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido disponibilizados pelos operadores de distribuição ou às respetivas condições de acesso devem ter em conta as obrigações de diversificação e de pluralismo e o respeito pelos direitos dos consumidores”.

As alterações das condições contratadas que “respeitem à composição ou preço da oferta de serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido disponibilizados pelos operadores de distribuição”, devem “ser comunicadas ao consumidor, com 30 dias de antecedência, com a expressa menção da faculdade de resolução do contrato, sem quaisquer ónus ou encargos (nº8).

O contrato não pode ser rescindido se forem aditados novos canais “mantendo-se inalterados os que são oferecidos com o serviço contratado”.

Verifica-se **igual impossibilidade de rescisão** se ocorrer “uma redução dos preços dos serviços contratados” ou quando a alteração apenas incidir “sobre prestações que do serviço sejam autonomizáveis, designadamente a alteração do preço do aluguer de filmes.” Por outro lado, **“A faculdade de resolução prevista no n.º 8 prevalece sobre toda e qualquer cláusula contratual que tenha como propósito ou efeito dificultar ou impedir o consumidor de pôr termo ao contrato”** (nº 10).

No que concerne à figura da “**colocação de produto**”, o artigo 41.º-A não admite “a apresentação, durante a exibição de programas infantis, de qualquer tipo de mensagens comerciais suscetíveis de prejudicar o desenvolvimento integral, físico, mental ou emocional das crianças e jovens, designadamente as relativas aos alimentos e às bebidas previstos no artigo 20.º-A do Código da Publicidade.” (nº8)

Especificamente no que respeita também à proteção dos consumidores, o artigo 69.º-B determina, no seu nº 1, que **competem aos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos assegurar que as comunicações comerciais audiovisuais por si comercializadas, vendidas ou organizadas não apresentem publicidade oculta ou dissimulada, nem utilizem técnicas subliminares.**

Tais comunicações **não devem, de igual modo, incentivar comportamentos prejudiciais à saúde, à segurança ou à proteção do ambiente, nem incidir sobre cigarros e a outros produtos do tabaco, bem como a cigarros eletrónicos e a recargas.** Quando respeitem a **bebidas alcoólicas**, não podem ter “como público-alvo específico as crianças e jovens”, estando igualmente vedado o incentivo ao “consumo imoderado” destas bebidas.

A pensar na **proteção das crianças e jovens**, proibem-se as comunicações suscetíveis de lhes causar “prejuízos físicos, mentais ou morais”, designadamente, incentivando-os “diretamente a comprar ou a alugar produtos ou serviços aproveitando-se da sua inexperiência ou da sua credulidade” ou “a persuadirem os pais ou outras pessoas a adquirirem produtos ou serviços”, aproveitando-se da confiança especial que as crianças e jovens neles depositam. Não devem mostrar “sem motivo justificado, crianças e jovens em situações perigosas.” A inclusão de “comunicações comerciais audiovisuais nos vídeos por si gerados” deve ser declarada.

No que respeita à **resolução de litígios**, o artigo 69.º-F consagra a obrigatoriedade de os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos disponibilizarem “mecanismos de resolução alternativa de litígios aos utilizadores que partilham vídeos por si gerados nos serviços de plataformas de partilha de vídeos, bem como ao público destas, com respeito pelos direitos fundamentais dos intervenientes.” (nº1) “Caso o fornecedor de plataformas de partilha de vídeo, para efeitos do cumprimento do disposto no n.º 1, adira a um centro de arbitragem, fica dispensado do cumprimento do disposto no n.º 2.” (nº4)

A lei entra em vigor no prazo de 90 dias e dá sequência um processo legislativo que envolveu consultas públicas e audições das entidades interessadas.

A Direção-Geral do Consumidor