

Article Identification

Publication: <http://www.vidaeconomica.pt>

Title: “Velocidades até...” não serve!

Date: 29th March, 2013

Url: <http://www.vidaeconomica.pt/velocidades-ate-nao-serve>

“Velocidades até...” não serve!

Os fornecedores de banda larga têm que dar informações rigorosas sobre os seus produtos e serviços, defende o FTTH Council Europe

Seríamos mais felizes se um supermercado nos vendesse um pacote de um litro de leite mas, quando chegássemos a casa descobríssemos que, afinal, continha apenas metade dessa quantidade? Claro que não! No entanto, os fornecedores de serviços de banda larga têm autorização para cobrar aos consumidores o valor total de um serviço “até...”, independentemente destes possuírem ou não capacidade para efetivamente disponibilizarem essa velocidade.

Os fornecedores de serviços de banda larga defendem que o “até...” é a única forma de realmente publicitarem a banda larga já que, por natureza, a velocidade das redes de internet depende do quanto estas estão ou não congestionadas em cada momento e, por outro lado, há todo um conjunto de condicionalismos técnicos que envolvem os acessos às redes. Mas será que na verdade esta é uma explicação plausível?

Tecnicamente os fornecedores de serviços têm a possibilidade de disponibilizar as velocidades que prometem ... basta usarem a fibra até casa (fibre to the home- FTTH). Uma ligação de acesso às redes de fibra bem concebida é capaz de disponibilizar fisicamente 100% da velocidade anunciada, ao contrário das redes de pares de cobre (DSL), cuja capacidade para transporte dos sinais eletrónicos de alta velocidade diminui, à medida que aumenta a distância entre o utilizador final e a central de comutação ou, no caso das redes de televisão por cabo, em que a largura de banda é partilhada entre todos os utilizadores que se encontrem na vizinhança. Na verdade, os estudos efetuados revelaram que os utilizadores de FTTH têm frequentemente acesso a velocidades superiores àquelas que são anunciadas. Os especialistas em banda larga da Samknows mediram a velocidade nos EUA a pedido da Federal Communications Commission (FCC), e constataram que, em média, durante os períodos de pico, os serviços baseados em DSL disponibilizam velocidades de download que alcançam apenas 84% das anunciadas, os serviços baseados no cabo disponibilizam 99% das velocidades anunciadas, enquanto os serviços assentes em FTTH oferecem 117% das velocidades anunciadas.

Além disso, os assinantes do FTTH revelaram estar mais satisfeitos com a sua largura de banda. Uma pesquisa realizada pela empresa especialista de estudos de mercado, RVA LLC nos EUA, que envolveu mais de 2000 assinantes em 2012, concluiu que o nível de satisfação entre os utilizadores do FTTH é mais elevado do que o dos utilizadores de banda larga no cabo ou em DSL - 74% dos primeiros revelaram estar muito satisfeitos, enquanto no segundo caso foram apenas 54% e no terceiro 51%. Este estudo mostra também que as campanhas de marketing objetivas e transparentes no âmbito das quais os consumidores recebem os serviços tal como realmente foram anunciados, ou acima das suas expectativas, contribuem para criar bases de clientes satisfeitos, mais confiantes e que serão naturalmente mais propensos a manterem-se fiéis ao seu atual fornecedor de serviços.

Na Europa, a discrepância entre as velocidades de banda larga anunciadas pelos operadores e as que são realmente disponibilizadas é mais acentuada. De acordo com o Regulador britânico Ofcom, a velocidade média anunciada no Reino Unido era de 15Mbps em Maio de 2011, cerca de 8.2Mbps acima da velocidade média atual, que é de apenas 6.8Mbps. Há vários anos que a diferença entre a velocidade anunciada e a realmente disponibilizada tem vindo a aumentar, o que levou por fim a Advertising Standards Agency a introduzir novas regras na publicidade sobre a banda larga. As orientações, que entraram em vigor em Abril de 2012, afirmam que pelo menos 10% dos utilizadores têm que ter realmente acesso às velocidades anunciadas, e que os ISPs (Internet service providers) têm que disponibilizar dados que o comprovem. Os fornecedores de serviços têm também que garantir que os anúncios dos seus produtos informam os consumidores sobre a possibilidade de estes não alcançarem as velocidades publicitadas. Será que estas recomendações tiveram o efeito desejado? Muitos ISPs no Reino Unido mudaram a forma como comercializam os serviços de banda larga, reduzindo os valores da velocidade anunciadas. Por exemplo, serviços anteriormente anunciados com velocidades de “até” 24Mbps, são agora tipicamente promovidos como “até” 16Mbps. Nalguns casos, os ISPs eliminaram mesmo por completo as referências à velocidade das suas campanhas. No entanto, se tivermos em conta que a velocidade de acesso à banda larga no Reino Unido é de 9Mbps (dados de Maio de 2012), concluímos que os níveis de velocidade disponibilizados não correspondem minimamente às expectativas dos utilizadores.vão minimamente ao encontro do que os utilizadores esperam.

A Dinamarca deu recentemente um grande passo neste âmbito, ao insistir que os operadores devem garantir um nível de velocidade mínima nas suas redes de banda larga. Um acordo firmado entre as Associações de Consumidores, os operadores de telecomunicações e as indústrias do setor da energia daquele país, garante agora que os consumidores têm pelo menos acesso a 50% da velocidade anunciada, e que esta velocidade mínima deve estar disponível em todos os lares. Todos os tipos de redes de banda larga - incluindo as redes telefónicas de cobre e de televisão por cabo, bem como as redes de banda larga móvel - estão sujeitas a este novo acordo.

Ao mesmo tempo que aplaudimos a decisão da Dinamarca, mantemos a nossa preocupação quanto à falta de transparência das campanhas de marketing sobre a banda larga em todos os outros países da Europa. Como podem os consumidores fazer as escolhas certas sobre os seus contratos de banda larga quando a informação veiculada pelas campanhas de marketing é confusa e pouco rigorosa? Como podem exigir

serviços melhores e mais seguros se nem sequer podem ter a certeza do que realmente estão a comprar em primeiro lugar? Porque estariam dispostos a pagar preços mais elevados por velocidades mais rápidas, quando não podem ter a certeza sobre a diferença que estas realmente fariam face às experiências atuais de Internet que já possuem?

Em 2012, Neelie Kroes, Vice-Presidente da Agenda Digital da Comissão Europeia, prometeu que iria tomar medidas para melhorar o nível das campanhas publicitárias relativas à banda larga em toda a Europa, preparando uma Recomendação (um documento que orientasse todos os Reguladores). “Estão os clientes realmente habilitados para poderem escolher bem? Será que sabem realmente o que estão a contratualizar? Eu não li todas as cláusulas do meu contrato de comunicações móveis e aposto que vocês também não! Acredito que todos estamos a precisar de ter informação mais transparente,” afirmou aquela responsável.

Às vezes os consumidores nem sequer podem ter a certeza de estarem realmente a comprar uma verdadeira ligação às redes de fibra ótica - a própria palavra “fibra” tem sido utilizada pelos operadores de telecomunicações assim que começam a introduzir alguma fibra nas suas antigas redes de cobre ou de cabo. No entanto, o FTTC (fibra até ao armário) ainda depende das redes de cobre para transmitir os dados até casa, apresentando com frequência constrangimentos no “último quilómetro” da rede telefónica. Mesmo que por agora essas ligações permitam fornecer as velocidades que os utilizadores necessitam atualmente, será que ainda o farão daqui a cinco ou a dez anos?

Na nossa opinião, é imperativo que os consumidores possam ter acesso a informação mais clara e rigorosa acerca dos serviços de banda larga, de modo a poderem fazer uma escolha informada. Não mantenham os consumidores de banda larga na ignorância. Deixem-nos ver a Luz!

Hartwig Tauber, Diretor Geral, FTTH Council Europe , 29/03/2013