JUNTA DE FREGUESIA DE PALMELA

Município de Palmela

ATA Nº 5/2026

ATA DA REUNIÃO ORDINÁRIA REALIZADA NO DIA DEZ DE MARÇO DO ANO DOIS MIL E VINTE E SEIS.

No dia dez de março do ano de dois mil e vinte e seis, pelas dezoito horas, reuniu, na Sede da Junta de Freguesia, em Palmela, em sessão *ordinária*, o executivo da Junta de Freguesia de Palmela, encontrando-se presentes, o Presidente, Jorge Manuel Cândido Mares, a Secretária, Helena Maria Braz de Almeida Matos Gaspar, o Tesoureiro, Paulo Jorge Farinha Bandola e os Vogais Ana Cristina Cardoso Coelho e Carlos André Caetano da Silva.

Votação da Ata da Reunião Anterior

De harmonia com o disposto no Artº 57º da Lei nº 75/2013 de 12/9 e no nº 2 e nº 4 do Artº 27ºdo Decreto-lei 442/91, de 15/1 alterado pelo Dec. Lei nº 6/96, de 31/12 (CPA) e para efeitos do nº 4 do Artº 57º da Lei nº 75/2013, de 12/9, a Junta de Freguesia deliberou a aprovação da seguinte ata, sendo a mesma assinada pelo Presidente, por quem a lavrou e restante Executivo. Foi dispensada a leitura da mesma, por unanimidade, por ter sido previamente distribuída a todos os membros do órgão executivo:
ATA Nº 4/2026, da reunião realizada a 25 de fevereiro de 2026 – **Aprovada, por unanimidade.**

Período antes da ordem do dia

Neste período o Sr. Presidente, Jorge Mares, saúda todos os presentes e questiona se há algum assunto a apresentar.

Em cumprimentos da legislação aplicável, foi apresentado o balancete do mês de fevereiro de 2026, do qual se retira a seguinte informação financeira:

- ✓ Total de disponibilidades (27/02/2026) = € 580 201,57
  (sendo € 579 985,57 de Op. Orçamentais e € 216,00 de Op. Tesouraria).

Não havendo mais assuntos o Sr. Presidente prosseguiu com a ordem de trabalhos.

O Sr. Presidente apresentou a **Ordem de Trabalhos:**

1. **Deliberações**
2. **Pessoal**
3. **Assuntos Diversos**

1. Deliberações

O Sr. Presidente apresentou os pedidos de parecer, da Câmara Municipal de Palmela, nomeadamente:

Processo Ocup: 2347/2026
Requerente: Entre-Ideias, Lda.
Assunto: Pedido de parecer para colocação de 1 equipamento publicitário/setas indicativas
Local: No Largo D. Maria I (entre a Rua João Parrantónio e a EN 379-2), em Palmela

Submetidos a votação foi deliberado, por unanimidade, nada ter a opor, remetendo a decisão final para o competente gabinete da Câmara Municipal de Palmela.

Relativamente aos pedidos de parecer para a realização de rastreios auditivos, nomeadamente:

Processo: 240.01.03 (1099/2026)
Requerente: Empathy Voices, Lda
Assunto: Pedido de parecer para a realização de rastreio auditivo
Data/Local: 24 de fevereiro, no estacionamento junto ao Largo Engº Jacinto Augusto Pereira, em Palmela

Processo: 240.01.03 (2373/2026)
Requerente: OMD – Audição Portugal, Lda.
Assunto: Pedido de parecer para a realização de rastreio auditivo
Data/Local: 26 de março, no estacionamento junto ao Largo Engº Jacinto Augusto Pereira (junto à Escola Básica nº 1), em Palmela

Submetidos a votação foi deliberado, por unanimidade, emitir parecer desfavorável. (justificação em anexo)

1. Pessoal

O Sr. Presidente apresentou uma proposta para a Homologação da Lista de Ordenação Final do procedimento concursal comum para recrutamento de 5 Assistentes Operacionais.

Submetida a votação foi a proposta aprovada, por unanimidade, em minuta.

2. Assuntos Diversos

Pelo Presidente da Junta, foram dadas as seguintes informações; nomeadamente:

Convites:
- Puro Rock e Conservatório Regional de Palmela, dia 22 de Março, na Sociedade Filarmónica Humanitária.
- Procissão do Senhor dos Passos, dia 22 de Março, em Palmela.

Foi feito um balanço aos trabalhos das equipas operacionais, tendo-se concluído que os objetivos estão a ser cumpridos e as equipas a corresponder às diferentes situações.

Encerramento

E não havendo mais assuntos a tratar, o Sr. Presidente deu por encerrada a reunião, pelas 19.00 horas, da qual foi lavrada a presente ata, *redigida pela Técnica Superior, Rosélia Paz*, que vai ser assinada por todos os presentes.

Presidente _____

Secretária Helena Maria Braz de Almeida Matos Gaspar

Tesoureiro _____

1ºVogal Ana Cristina Cardoso Coelho

2º Vogal Carlos André - Coltono do Povo

Justificação da atribuição de Pareceres Desfavoráveis

Práticas de Rastreio Auditivo

O setor de próteses auditivas em Portugal tem sido alvo de centenas de queixas junto de entidades como a DECO Proteste e a Direção-Geral do Consumidor.
A atuação de diversas empresas pauta-se por uma estratégia de "venda agressiva" que explora a vulnerabilidade da terceira idade através dos seguintes métodos:

1. **Publicidade Enganosa e Falso Diagnóstico:** Muitas campanhas são apresentadas como "rastreios gratuitos" ou confundem-se propositadamente com iniciativas de saúde pública do SNS. Em ambiente doméstico ou em unidades móveis, são realizados exames muitas vezes fictícios para induzir o medo de perda total de audição.

2. **Coação e Pressão Psicológica:** Os idosos são frequentemente pressionados a assinar contratos de compra no imediato, sem tempo para consultar familiares ou médicos especialistas. Relatos indicam que os vendedores utilizam um discurso intimidatório ou excessivamente amigável para anular a resistência do consumidor.

3. **Contratos de Crédito Opacos:** A "venda a prestações" mascara contratos de crédito bancário com taxas elevadas. Muitos idosos, incluindo analfabetos ou com limitações cognitivas, assinam documentos sem compreender que estão a contrair dívidas de milhares de euros.

4. **Violação do Direito de Livre Resolução:** Existe uma dificuldade sistemática na devolução dos aparelhos dentro do prazo legal de 14 dias (para vendas fora de estabelecimento), com as empresas a criarem obstáculos burocráticos para impedir a anulação do contrato.

Enquadramento Legal: Estas práticas violam o Decreto-Lei n.º 57/2008, que regula as **práticas comerciais desleais**, e a Lei de Defesa do Consumidor, exigindo uma intervenção urgente da ASAE e do Ministério Público.

A **Junta de Freguesia de Palmela** tem acompanhado com preocupação o crescente número de cidadãos, particularmente idosos, que têm sido alvo de práticas comerciais agressivas e abusivas por parte de empresas de rastreio auditivo.

Sabemos que muitos destes contratos são assinados sob pressão, dentro de casa ou em carrinhas de rastreio, sem que os nossos fregueses compreendam que estão a contrair empréstimos bancários de milhares de euros.

Tivemos conhecimento destas práticas, porque grande parte dos lesados procuram os serviços da Junta de Freguesia para requerer apoio jurídico na tentativa de anular os contratos comerciais.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO

Decreto-Lei n.º 57/2008

de 26 de Março

O desenvolvimento de práticas comerciais leais é essencial para assegurar a confiança dos consumidores no mercado, para garantir a concorrência e para promover o desenvolvimento de transacções comerciais transfronteiriças.

O presente decreto-lei estabelece uma proibição geral única das práticas comerciais desleais que distorcem o comportamento económico dos consumidores e aplica-se às práticas comerciais desleais, incluindo a publicidade desleal, que prejudicam directamente os interesses económicos dos consumidores e indirectamente os interesses económicos de concorrentes legítimos, transpondo para a ordem jurídica interna a Directiva n.º 2005/29/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Maio, relativa às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores no mercado interno, e que altera as Directivas n.os 84/450/CEE, do Conselho, de 10 de Setembro, 97/7/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Maio, 98/27/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de Maio, e 2002/65/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de Setembro, e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de Outubro.

Aquela proibição geral aplica-se da mesma forma a práticas comerciais desleais que ocorram antes, durante e após qualquer relação contratual entre um profissional e um consumidor. Esta proibição geral é conjugada com disposições sobre os dois tipos de práticas comerciais desleais mais comuns: as práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas. O carácter leal ou desleal da prática comercial é aferido utilizando-se como referência o consumidor médio.

O presente decreto-lei classifica as práticas enganosas como acções enganosas e omissões enganosas. Em relação às omissões, estabelece um número limitado de elementos essenciais de informação para que, em determinados casos, o consumidor possa tomar uma decisão de transacção esclarecida.

As disposições relativas às práticas comerciais agressivas abrangem as práticas que restringem significativamente a liberdade de escolha do consumidor. Trata-se de práticas que recorrem ao assédio, à coacção, incluindo o recurso à força física, e à influência indevida.

O presente decreto-lei não visa proibir práticas publicitárias que consistam no uso de afirmações claramente exageradas ou afirmações não destinadas a ser interpretadas literalmente.

Procedeu-se à determinação das pessoas ou organizações que têm um interesse legítimo para reagir contra as práticas comerciais desleais, quer perante um tribunal quer perante uma autoridade administrativa competente para decidir relativamente às queixas ou para instaurar os procedimentos legais adequados.

Para efeitos de aplicação do presente decreto-lei, a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica ou a entidade reguladora do sector são consideradas autoridades administrativas competentes. Se se tratar de uma prática comercial desleal em matéria de publicidade, a autoridade administrativa competente é a Direcção-Geral do Consumidor. Do mesmo modo, o Banco de Portugal, a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e o Instituto de Seguros de Portugal são considerados autoridades administrativas competentes relativamente às práticas comerciais desleais que ocorram nos respectivos sectores financeiros.

As autoridades administrativas referidas anteriormente podem ordenar medidas cautelares de cessação temporária de uma prática comercial desleal ou determinar a proibição prévia de uma prática comercial desleal iminente.

O presente decreto-lei não é aplicável às disposições relacionadas com a certificação e a indicação do padrão de pureza dos artefactos de metais preciosos e o seu regime é complementar ou residual relativamente a outras disposições sectoriais que regulem estas práticas comerciais, assegurando, por outro lado, a protecção dos consumidores nos casos em que não exista legislação sectorial específica.

Foram ouvidos os órgãos de governo próprio das Regiões Autónomas.

Foi promovida a audição ao Conselho Nacional do Consumo.

Foram ouvidos, a título facultativo, a Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor, a União Geral de Consumidores, a Federação Nacional das Cooperativas de Consumidores, a Associação dos Consumidores da Região Autónoma dos Açores, a Associação de Consumidores de Média e a Confederação do Comércio e Serviços de Portugal. Foram, ainda, ouvidos o Banco de Portugal, o Instituto de Seguros de Portugal e a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários.

Assim:

Nos termos da alínea *a*) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

CAPÍTULO I

Práticas comerciais desleais

Artigo 1.º

Objecto

O presente decreto-lei estabelece o regime jurídico aplicável às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores, ocorridas antes, durante ou após uma transacção comercial relativa a um bem ou serviço, transpondo para a ordem jurídica interna a Directiva n.º 2005/29/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Maio, relativa às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores no mercado interno, e que altera as Directivas n.os 84/450/CEE, do Conselho, de 10 de Setembro, 97/7/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Maio, 98/27/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de Maio, e 2002/65/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de Setembro, e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de Outubro.

Artigo 2.º

Âmbito de aplicação

1 — O presente decreto-lei não prejudica a aplicação de disposições nacionais decorrentes de regras comunitárias que regulem aspectos específicos das práticas comerciais desleais, tais como requisitos de informação e regras relativas ao modo como as informações são apresentadas ao consumidor.

2 — Sem prejuízo do disposto no artigo 14.º, o presente decreto-lei não afecta as disposições relativas à formação, validade ou efeitos dos contratos.

3 — O regime do presente decreto-lei não prejudica a aplicação de regimes mais exigentes relativos à protecção da saúde e da segurança dos bens ou serviços, aos serviços financeiros ou a bens imóveis.

Artigo 3.º

Definições

Para efeitos do disposto no presente decreto-lei, entende-se por:

a) «Consumidor» qualquer pessoa singular que, nas práticas comerciais abrangidas pelo presente decreto-lei, actue com fins que não se incluam no âmbito da sua actividade comercial, industrial, artesanal ou profissional;

b) «Profissional» qualquer pessoa singular ou colectiva que, no que respeita às práticas comerciais abrangidas pelo presente decreto-lei, actue no âmbito da sua actividade comercial, industrial, artesanal ou profissional e quem actue em nome ou por conta desse profissional;

c) «Produto» qualquer bem ou serviço, incluindo bens imóveis, direitos e obrigações;

d) «Prática comercial da empresa nas relações com os consumidores, ou, abreviadamente, prática comercial» qualquer acção, omissão, conduta ou afirmação de um profissional, incluindo a publicidade e a promoção comercial, em relação directa com a promoção, a venda ou o fornecimento de um bem ou serviço ao consumidor;

e) «Distorcer substancialmente o comportamento económico dos consumidores» a realização de uma prática comercial que prejudique sensivelmente a aptidão do consumidor para tomar uma decisão esclarecida, conduzindo-o, por conseguinte, a tomar uma decisão de transacção que não teria tomado de outro modo;

f) «Código de conduta» o acordo ou conjunto de normas, não impostas por disposições legislativas, regulamentares ou administrativas, que define o comportamento de profissionais que se comprometem a ficar vinculados por este código no que diz respeito a uma ou várias práticas comerciais ou sectores de actividade específicos;

g) «Titular de um código» qualquer entidade, incluindo um profissional ou grupo de profissionais, responsável pela elaboração e a revisão de um código de conduta e ou o controlo do cumprimento deste código por aqueles que se comprometeram a ficar vinculados por ele;

h) «Diligência profissional» o padrão de competência especializada e de cuidado que se pode razoavelmente esperar de um profissional nas suas relações com os consumidores, avaliado de acordo com a prática honesta de mercado e ou com o princípio geral de boa fé no âmbito da actividade profissional;

i) «Convite a contratar» uma comunicação comercial que indica as características e o preço do produto de uma forma adequada aos meios utilizados pela comunicação comercial, permitindo assim que o consumidor efectue uma aquisição;

j) «Influência indevida» a utilização pelo profissional de uma posição de poder para pressionar o consumidor, mesmo sem recurso ou ameaça de recurso à força física, de forma que limita significativamente a capacidade de o consumidor tomar uma decisão esclarecida;

l) «Decisão de transacção» a decisão tomada por um consumidor sobre a questão de saber se, como e em que condições adquirir, pagar integral ou parcialmente, conservar ou alienar um produto ou exercer outro direito contratual em relação ao produto, independentemente de o consumidor decidir agir ou abster-se de agir;

m) «Profissão regulamentada» a actividade ou o conjunto de actividades profissionais cujo acesso, exercício ou modalidade de exercício se encontram directa ou indirectamente subordinados, por disposições legislativas, regulamentares ou administrativas, à posse de determinadas qualificações profissionais.

Artigo 4.º

Proibição

São proibidas as práticas comercias desleais.

Artigo 5.º

Práticas comerciais desleais em geral

1 — É desleal qualquer prática comercial desconforme à diligência profissional, que distorça ou seja susceptível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico do consumidor seu destinatário ou que afecte este relativamente a certo bem ou serviço.

2 — O carácter leal ou desleal da prática comercial é aferido utilizando-se como referência o consumidor médio, ou o membro médio de um grupo, quando a prática comercial for destinada a um determinado grupo de consumidores.

Artigo 6.º

Práticas comerciais desleais em especial

São desleais em especial:

a) As práticas comerciais susceptíveis de distorcer substancialmente o comportamento económico de um único grupo, claramente identificável, de consumidores particularmente vulneráveis, em razão da sua doença mental ou física, idade ou credulidade, à prática comercial ou ao bem ou serviço subjacentes, se o profissional pudesse razoavelmente ter previsto que a sua conduta era susceptível de provocar essa distorção;

b) As práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas referidas nos artigos 7.º, 9.º e 11.º;

c) As práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas referidas, respectivamente, nos artigos 8.º e 12.º, consideradas como tal em qualquer circunstância.

Artigo 7.º

Acções enganosas

1 — É enganosa a prática comercial que contenha informações falsas ou que, mesmo sendo factualmente correctas, por qualquer razão, nomeadamente a sua apresentação geral, induza ou seja susceptível de induzir em erro o consumidor em relação a um ou mais dos elementos a seguir enumerados e que, em ambos os casos, conduz ou é susceptível de conduzir o consumidor a tomar uma decisão de transacção que este não teria tomado de outro modo:

a) A existência ou a natureza do bem ou serviço;

b) As características principais do bem ou serviço, tais como a sua disponibilidade, as suas vantagens, os riscos que apresenta, a sua execução, a sua composição, os seus acessórios, a prestação de assistência pós-venda e o tra-

tamento das reclamações, o modo e a data de fabrico ou de fornecimento, a entrega, a adequação ao fim a que se destina e as garantias de conformidade, as utilizações, a quantidade, as especificações, a origem geográfica ou comercial ou os resultados que podem ser esperados da sua utilização, ou os resultados e as características substanciais dos testes ou controlos efectuados ao bem ou serviço;

c) O conteúdo e a extensão dos compromissos assumidos pelo profissional, a motivação da prática comercial e a natureza do processo de venda, bem como a utilização de qualquer afirmação ou símbolo indicativos de que o profissional, o bem ou o serviço beneficiam, directa ou indirectamente, de patrocínio ou de apoio;

d) O preço, a forma de cálculo do preço ou a existência de uma vantagem específica relativamente ao preço;

e) A necessidade de prestação de um serviço, de uma peça, da substituição ou da reparação do bem;

f) A natureza, os atributos e os direitos do profissional ou do seu agente, como a sua identidade e o seu património, as suas qualificações, o preenchimento dos requisitos de acesso ao exercício da actividade, o seu estatuto, ou as suas relações, e os seus direitos de propriedade industrial, comercial ou intelectual, ou os prémios e distinções que tenha recebido;

g) Os direitos do consumidor, em particular os direitos de substituição, de reparação, de redução do preço ou de resolução do contrato nos termos do disposto no regime aplicável à conformidade dos bens de consumo, e os riscos a que o consumidor pode estar sujeito.

2 — Atendendo a todas as características e circunstâncias do caso concreto, é enganosa a prática comercial que envolva:

a) Qualquer actividade de promoção comercial relativa a um bem ou serviço, incluindo a publicidade comparativa, que crie confusão com quaisquer bens ou serviços, marcas, designações comerciais e outros sinais distintivos de um concorrente;

b) O incumprimento pelo profissional de compromisso efectivo decorrente do código de conduta a que está vinculado no caso de ter informado, na prática comercial, de que se encontrava vinculado àquele código.

Artigo 8.º

Acções consideradas enganosas em qualquer circunstância

São consideradas enganosas, em qualquer circunstância, as seguintes práticas comerciais:

a) Afirmar ser signatário de um código de conduta, quando não o seja;

b) Exibir uma marca de certificação, uma marca de qualidade ou equivalente sem ter obtido a autorização necessária;

c) Afirmar que um código de conduta foi aprovado por um organismo público ou outra entidade quando tal não corresponda à verdade;

d) Afirmar que um profissional, incluindo as suas práticas comerciais, ou um bem ou serviço foram aprovados, reconhecidos ou autorizados por um organismo público ou privado quando tal não corresponde à verdade ou fazer tal afirmação sem respeitar os termos da aprovação, do reconhecimento ou da autorização;

e) Propor a aquisição de um bem ou serviço por um preço inferior àquele praticado no mercado por outros fornecedores ou prestadores de serviços sabendo ou não podendo desconhecer que não tem condições para o cumprir, não dispondo, ou não indicando quem disponha, nas mesmas condições e em igual grau de acessibilidade para o consumidor, de existências em quantidade suficiente, por um período de tempo compatível com a procura previsível face ao volume e meios de publicidade realizada ao bem ou serviço em causa, e o preço indicado;

f) Propor a aquisição de bens ou de serviços a um determinado preço e, com a intenção de promover um bem ou serviço diferente, recusar posteriormente o fornecimento aos consumidores do bem ou do serviço publicitado;

g) Recusar as encomendas relativas a este bem ou serviço ou a sua entrega ou o fornecimento num prazo razoável; ou

h) Apresentar amostra defeituosa ou demonstração insuficiente;

i) Declarar falsamente que o bem ou serviço está disponível apenas durante um período muito limitado ou que só está disponível em condições especiais por um período muito limitado a fim de obter uma decisão imediata e privar os consumidores da oportunidade ou do tempo suficientes para tomarem uma decisão esclarecida;

j) Comprometer-se a fornecer o serviço de assistência pós-venda numa língua, usada para comunicar antes da decisão negocial, que não seja uma das línguas oficiais do Estado membro em que o profissional se encontra estabelecido e posteriormente assegurar este serviço apenas em língua diversa, quando o profissional não anunciou de forma clara esta alteração ao consumidor antes de este se ter vinculado;

l) Declarar que a compra ou venda de um bem ou a prestação de um serviço é lícita ou transmitir essa impressão quando tal não corresponda à verdade;

m) Apresentar como característica distintiva da oferta do profissional direitos do consumidor previstos na lei;

n) Utilizar um conteúdo editado nos meios de comunicação social para promover um bem ou serviço tendo sido o próprio profissional a financiar essa promoção quando tal não for indicado claramente no conteúdo ou resultar de imagens ou sons que o consumidor possa identificar com clareza;

o) Fazer afirmações substancialmente inexactas relativas à natureza e à amplitude do risco para a segurança pessoal do consumidor ou da sua família se o consumidor não adquirir o bem ou assentir na prestação do serviço;

p) Promover um bem ou serviço análogo ao produzido ou oferecido por um fabricante específico de maneira a levar deliberadamente o consumidor a pensar que, embora não seja esse o caso, o bem ou serviço provêm desse mesmo fabricante;

q) Sem prejuízo do disposto nos Decretos-Leis n.os 240/2006, de 22 de Dezembro, 172/2007, de 8 de Maio, e 81/2006, de 20 de Abril, fazer o arredondamento em alta do preço, da duração temporal ou de outro factor, directa ou indirectamente, relacionado com o fornecimento do bem ou com a prestação do serviço que não tenha uma correspondência exacta e directa no gasto ou utilização efectivos realizados pelo consumidor e que conduza ao aumento do preço a pagar por este;

r) Criar, explorar ou promover um sistema de promoção em pirâmide em que o consumidor dá a sua própria contribuição em troca da possibilidade de receber uma contrapartida que decorra essencialmente da entrada de outros consumidores no sistema;

s) Alegar que o profissional está prestes a cessar a sua actividade ou a mudar de instalações quando tal não corresponde à verdade;

t) Alegar que o bem ou serviço pode aumentar as possibilidades de ganhar nos jogos de fortuna ou azar;

u) Alegar falsamente que o bem ou serviço é capaz de curar doenças, disfunções e malformações;

v) Transmitir informações inexactas sobre as condições de mercado ou sobre a possibilidade de encontrar o bem ou serviço com a intenção de induzir o consumidor a adquirir o bem ou a contratar a prestação do serviço em condições menos favoráveis do que as condições normais de mercado;

x) Declarar que se organiza um concurso ou uma promoção com prémio sem entregar os prémios descritos ou um equivalente razoável;

z) Descrever o bem ou serviço como «grátis», «gratuito», «sem encargos» ou equivalente se o consumidor tiver de pagar mais do que o custo indispensável para responder à prática comercial e para ir buscar o bem ou pagar pela sua entrega;

aa) Incluir no material de promoção comercial factura ou documento equiparado solicitando o pagamento, dando ao consumidor a impressão de já ter encomendado o bem ou serviço comercializado, quando tal não aconteceu;

ab) Alegar falsamente ou dar a impressão de que o profissional não está a agir para fins relacionados com a sua actividade comercial, industrial, artesanal ou profissional ou apresentar-se falsamente como consumidor;

ac) Dar a impressão falsa de que o serviço pós-venda relativo ao bem ou serviço está disponível em Estado membro distinto daquele em que o bem ou serviço é vendido.

Artigo 9.º

Omissões enganosas

1 — Tendo em conta todas as suas características e circunstâncias e as limitações do meio de comunicação, é enganosa, e portanto conduz ou é susceptível de conduzir o consumidor a tomar uma decisão de transacção que não teria tomado de outro modo, a prática comercial:

a) Que omite uma informação com requisitos substanciais para uma decisão negocial esclarecida do consumidor;

b) Em que o profissional oculte ou apresente de modo pouco claro, ininteligível ou tardio a informação referida na alínea anterior;

c) Em que o profissional não refere a intenção comercial da prática, se tal não se puder depreender do contexto.

2 — Quando o meio de comunicação utilizado para a prática comercial impuser limitações de espaço ou de tempo, essas limitações e quaisquer medidas tomadas pelo profissional para disponibilizar a informação aos consumidores por outros meios devem ser tomadas em conta para decidir se foi omitida informação.

3 — São considerados substanciais os requisitos de informação exigidos para as comunicações comerciais na legislação nacional decorrentes de regras comunitárias.

4 — Para efeitos do número anterior, consideram-se, nomeadamente, os seguintes diplomas:

a) Decreto-Lei n.º 138/90, de 26 de Abril, que aprova o regime jurídico relativo à obrigação de exibição dos preços dos bens ou serviços;

b) Decreto-Lei n.º 359/91, de 21 de Setembro, que aprova o regime jurídico do crédito ao consumo;

c) Decreto-Lei n.º 275/93, de 5 de Agosto, que aprova o regime jurídico relativo ao direito real de habitação periódica sobre as unidades de alojamento integradas em hotéis-apartamentos, aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos;

d) Decreto-Lei n.º 94-B/95, de 17 de Abril, que aprova o regime jurídico das condições de acesso e de exercício da actividade seguradora e resseguradora no território da Comunidade Europeia;

e) Decreto-Lei n.º 209/97, de 13 de Agosto, que aprova o regime jurídico do acesso e o exercício da actividade das agências de viagens e turismo;

f) Decreto-Lei n.º 486/99, de 13 de Novembro, que aprova o Código dos Valores Mobiliários;

g) Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de Abril, que aprova o regime jurídico das vendas à distância;

h) Decreto-Lei n.º 252/2003, de 17 de Outubro, que aprova o regime jurídico das sociedades de gestão e prospectos simplificados no âmbito de investimento colectivo em valores mobiliários;

i) Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de Janeiro, que aprova o regime jurídico do comércio electrónico;

j) Decreto-Lei n.º 52/2006, de 15 de Março, que aprova o regime jurídico relativa ao abuso de informação privilegiada e à manipulação de mercado da publicação e admissão à negociação do prospecto de oferta pública de valores mobiliários;

l) Decreto-Lei n.º 95/2006, de 29 de Maio, que aprova o regime jurídico da comercialização à distância dos serviços financeiros prestados ao consumidor;

m) Decreto-Lei n.º 144/2006, de 31 de Julho, que aprova o regime jurídico da mediação de seguros;

n) Decreto-Lei n.º 176/2006, de 30 de Agosto, que aprova o regime jurídico relativo aos medicamentos para uso humano; e

o) Decreto-Lei n.º 357-A/2007, de 31 de Outubro, que transpõe para a ordem jurídica interna a Directiva n.º 2004/39/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de Abril, relativa aos mercados de instrumentos financeiros.

Artigo 10.º

Proposta contratual ou convite a contratar

No caso de proposta contratual ou de convite a contratar, são consideradas substanciais para efeitos do artigo anterior, se não se puderem depreender do contexto, as informações seguintes:

a) As características principais do bem ou serviço, na medida adequada ao meio e ao bem ou serviço;

b) O endereço geográfico, a identidade do profissional e a sua designação comercial e, se for caso disso, o endereço geográfico, a identidade e a designação comercial do profissional por conta de quem actua;

c) O preço, incluindo impostos e taxas, ou quando, devido à natureza do bem ou serviço, o preço não puder ser razoavelmente calculado de forma antecipada, o modo como o preço é calculado, bem como, se for caso disso, todos os custos suplementares de transporte, de expedição, de entrega e de serviços postais ou, quando estas despesas não puderem ser razoavelmente calculadas de forma antecipada, a indicação de que esses custos suplementares ficam a cargo do consumidor;

d) As modalidades de pagamento, de expedição ou de execução e o mecanismo de tratamento das reclamações, na medida em que se afastem das obrigações de diligência profissional;

e) A existência dos direitos de resolução ou de anulação, qualquer que seja a denominação utilizada, sempre que resultem da lei ou de contrato.

Artigo 11.º

Práticas comerciais agressivas

1 — É agressiva a prática comercial que, devido a assédio, coacção ou influência indevida, limite ou seja susceptível de limitar significativamente a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor em relação a um bem ou serviço e, por conseguinte, conduz ou é susceptível de conduzir o consumidor a tomar uma decisão de transacção que não teria tomado de outro modo.

2 — Para efeito do disposto no número anterior, atende-se ao caso concreto e a todas as suas características e circunstâncias, devendo ser considerados os seguintes aspectos:

a) Momento, local, natureza e persistência da prática comercial;

b) Recurso a linguagem ou comportamento ameaçadores ou injuriosos;

c) Aproveitamento consciente pelo profissional de qualquer infortúnio ou circunstância específica que pela sua gravidade prejudique a capacidade de decisão do consumidor, com o objectivo de influenciar a decisão deste em relação ao bem ou serviço;

d) Qualquer entrave não contratual oneroso ou desproporcionado imposto pelo profissional, quando o consumidor pretenda exercer os seus direitos contratuais, incluindo a resolução do contrato, a troca do bem ou serviço ou a mudança de profissional;

e) Qualquer ameaça de exercício de uma acção judicial que não seja legalmente possível.

Artigo 12.º

Práticas comerciais consideradas agressivas em qualquer circunstância

São consideradas agressivas, em qualquer circunstância, as seguintes práticas comerciais:

a) Criar a impressão de que o consumidor não pode deixar o estabelecimento sem que antes tenha sido celebrado um contrato;

b) Contactar o consumidor através de visitas ao seu domicílio, ignorando o pedido daquele para que o profissional parta ou não volte, excepto em circunstâncias e na medida em que tal se justifique para o cumprimento de obrigação contratual;

c) Fazer solicitações persistentes e não solicitadas, por telefone, fax, *e-mail* ou qualquer outro meio de comunicação à distância, excepto em circunstâncias e na medida em que tal se justifique para o cumprimento de obrigação contratual;

d) Obrigar o consumidor, que pretenda solicitar indemnização ao abrigo de uma apólice de seguro, a apresentar documentos que, de acordo com os critérios de razoabilidade, não possam ser considerados relevantes para estabelecer a validade do pedido, ou deixar sistematicamente sem resposta a correspondência pertinente, com o objectivo de dissuadir o consumidor do exercício dos seus direitos contratuais;

e) Incluir em anúncio publicitário uma exortação directa às crianças no sentido de comprarem ou convencerem os pais ou outros adultos a comprar-lhes os bens ou serviços anunciados;

f) Exigir o pagamento imediato ou diferido de bens e serviços ou a devolução ou a guarda de bens fornecidos pelo profissional que o consumidor não tenha solicitado, sem prejuízo do disposto no regime dos contratos celebrados à distância acerca da possibilidade de fornecer o bem ou o serviço de qualidade e preço equivalentes;

g) Informar explicitamente o consumidor de que a sua recusa em comprar o bem ou contratar a prestação do serviço põe em perigo o emprego ou a subsistência do profissional;

h) Transmitir a impressão falsa de que o consumidor já ganhou, vai ganhar ou, mediante a prática de um determinado acto, ganha um prémio ou outra vantagem quando não existe qualquer prémio ou vantagem ou quando a prática de actos para reclamar o prémio ou a vantagem implica, para o consumidor, pagar um montante em dinheiro ou incorrer num custo.

Artigo 13.º

Envio de bens ou serviços não solicitados

1 — No caso de envio de bens ou serviços não encomendados ou solicitados, que não constitua o cumprimento de qualquer contrato válido, o destinatário desses bens ou serviços não fica obrigado à sua devolução ou pagamento, podendo conservá-los a título gratuito.

2 — A ausência de resposta do destinatário, nos termos do número anterior, não vale como consentimento.

3 — Se, não obstante o disposto nos números anteriores, o destinatário efectuar a devolução do bem, tem direito a ser reembolsado das despesas desta decorrentes no prazo de 30 dias a contar da data em que a tenha efectuado.

Artigo 14.º

Invalidade dos contratos

1 — Os contratos celebrados sob a influência de alguma prática comercial desleal são anuláveis a pedido do consumidor, nos termos do artigo 287.º do Código Civil.

2 — Em vez da anulação, pode o consumidor requerer a modificação do contrato segundo juízos de equidade.

3 — Se a invalidade afectar apenas uma ou mais cláusulas do contrato, pode o consumidor optar pela manutenção deste, reduzido ao seu conteúdo válido.

Artigo 15.º

Responsabilidade civil

O consumidor lesado por efeito de alguma prática comercial desleal proibida nos termos do presente decreto-lei é ressarcido nos termos gerais.

Artigo 16.º

Direito de acção

Qualquer pessoa, incluindo os concorrentes que tenham interesse legítimo em opor-se a práticas comerciais desleais proibidas nos termos do presente decreto-lei, pode intentar a acção inibitória prevista na Lei n.º 24/96, de 31 de Julho, com vista a prevenir, corrigir ou fazer cessar tais práticas.

CAPÍTULO II

Códigos de conduta

Artigo 17.º

Controlo por titulares de códigos de conduta

1 — Os titulares de códigos de conduta que assegurem uma protecção do consumidor superior à prevista no presente decreto-lei podem controlar as práticas comerciais desleais neste identificadas.

2 — O recurso ao controlo pelos titulares dos códigos não implica nunca a renúncia à acção judicial ou ao controlo administrativo.

Artigo 18.º

Código de conduta ilegal

O titular de um código de conduta de cujo teor decorra o não cumprimento das disposições do presente decreto-lei está sujeito ao disposto nos artigos 15.º, 16.º, 20.º e 21.º

CAPÍTULO III

Regime sancionatório

Artigo 19.º

Autoridades administrativas competentes

1 — A autoridade administrativa competente para ordenar as medidas previstas no artigo seguinte é a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE) ou a entidade reguladora do sector no qual ocorra a prática comercial desleal.

2 — O Banco de Portugal, a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e o Instituto de Seguros de Portugal são considerados autoridades administrativas competentes para a aplicação do disposto neste artigo às práticas comerciais desleais que ocorram no âmbito dos respectivos sectores financeiros.

3 — Tratando-se de uma prática comercial desleal em matéria de publicidade, a autoridade administrativa competente para aplicar as medidas previstas no artigo seguinte é a Direcção-Geral do Consumidor (DGC), que pode solicitar a intervenção da ASAE para a efectiva execução da sua acção.

4 — As autoridades e serviços competentes têm o dever de cooperar com as autoridades administrativas referidas nos números anteriores em tudo o que for necessário para o desempenho das funções resultantes da aplicação do presente decreto-lei.

5 — Os profissionais devem prestar às autoridades administrativas competentes toda a cooperação necessária ao desempenho das suas funções.

Artigo 20.º

Determinação das medidas cautelares

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo 16.º, qualquer pessoa, incluindo os profissionais concorrentes, que detenha um interesse legítimo em opor-se às práticas comerciais desleais proibidas nos termos do presente decreto-lei pode submeter a questão, por qualquer meio ao seu dispor, à autoridade administrativa competente.

2 — A autoridade administrativa pode ordenar medidas cautelares de cessação temporária da prática comercial desleal ou determinar a proibição prévia de uma prática comercial desleal iminente independentemente de culpa ou da prova da ocorrência de um prejuízo real.

3 — A aplicação das medidas cautelares, a que se refere o número anterior, está sujeita a um juízo prévio de previsibilidade da existência dos pressupostos da ocorrência de uma prática comercial desleal.

4 — A adopção das medidas cautelares, a que se refere o n.º 2, deve, sempre que possível, ser precedida da audição do profissional, o qual dispõe, para o efeito, de três dias úteis após ter sido notificado por qualquer meio pela autoridade administrativa competente.

5 — Não há lugar à audição prevista no número anterior quando:

a) A decisão seja urgente;

b) Seja razoavelmente de prever que a diligência possa comprometer a execução ou a utilidade da decisão;

c) O número de interessados a ouvir seja de tal forma elevado que a audiência se torne impraticável, devendo nesse caso proceder-se a consulta pública, quando possível, pela forma mais adequada.

6 — A medida ordenada nos termos do n.º 2 extingue-se no termo do prazo nesta estipulado, caso seja anterior à decisão final proferida pela autoridade administrativa competente no âmbito do respectivo processo de contra-ordenação, ou pelo tribunal competente em sede de recurso.

7 — Da medida adoptada pela autoridade administrativa cabe sempre recurso para o tribunal judicial da área onde ocorreu a prática comercial desleal.

Artigo 21.º

Contra-ordenações

1 — A violação do disposto nos artigos 4.º a 12.º constitui contra-ordenação punível com coima de € 250 a € 3740,98, se o infractor for pessoa singular, e de € 3000 a € 44 891,81, se o infractor for pessoa colectiva.

2 — São, ainda, aplicáveis, em função da gravidade da infracção e da culpa do agente, as seguintes sanções acessórias:

a) Perda de objectos pertencentes ao agente;

b) Interdição do exercício de profissões ou actividades cujo exercício dependa de título público ou de autorização ou homologação de autoridade pública;

c) Encerramento de estabelecimento cujo funcionamento esteja sujeito a autorização ou licença de autoridade administrativa;

d) Publicidade da aplicação das coimas e das sanções acessórias, a expensas do infractor.

3 — As sanções referidas nas alíneas *a*) a *c*) do número anterior têm a duração máxima de dois anos contados a partir da decisão condenatória final.

4 — A negligência é sempre punível, sendo os limites máximos e mínimos das coimas reduzidos a metade.

5 — A fiscalização do cumprimento do disposto no presente decreto-lei, bem como a instrução dos respectivos processos de contra-ordenação, compete à ASAE ou à autoridade administrativa competente em razão da matéria, conforme o disposto no artigo 19.º

6 — A aplicação das coimas compete à entidade prevista no respectivo regime regulador sectorial ou, caso não exista, à Comissão de Aplicação das Coimas em Matéria Económica e de Publicidade (CACMEP).

7 — O montante das coimas aplicadas é distribuído nos termos previstos no respectivo regime regulador sectorial ou, caso não exista, da seguinte forma:

a) 60 % para o Estado;
b) 30 % para a entidade que realiza a instrução;
c) 10 % para a entidade prevista no respectivo regime regulador sectorial ou, caso não exista, para a CACMEP.

Artigo 22.º

Prova

1 — Os tribunais e as autoridades administrativas competentes podem exigir aos profissionais provas de exactidão material dos dados de facto contidos nas práticas comerciais reguladas no presente decreto-lei se, atendendo aos interesses legítimos do profissional e de qualquer outra parte no processo, tal exigência for adequada às circunstâncias do caso.

2 — Os dados consideram-se inexactos se as provas exigidas nos termos do número anterior não forem apresentadas ou se forem consideradas insuficientes pelo tribunal ou pela autoridade administrativa.

CAPÍTULO IV

Disposições finais

Artigo 23.º

Alteração ao Código da Publicidade

Os artigos 11.º e 16.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, passam a ter a seguinte redacção:

«Artigo 11.º

Publicidade enganosa

1 — É proibida toda a publicidade que seja enganosa nos termos do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, relativo às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores.

2 — No caso previsto no número anterior, pode a entidade competente para a instrução dos respectivos processos de contra-ordenação exigir que o anunciante apresente provas da exactidão material dos dados de facto contidos na publicidade.

3 — Os dados referidos no número anterior presumem-se inexactos se as provas exigidas não forem apresentadas ou forem insuficientes.

4 — *(Revogado.)*

5 — *(Revogado.)*

Artigo 16.º

Publicidade comparativa

1 — .....
2 — .....

a) .....
b) .....
c) .....
d) Não gere confusão no mercado entre os profissionais, entre o anunciante e um concorrente ou entre marcas, designações comerciais, outros sinais distintivos, bens ou serviços do anunciante e os de um concorrente;
e) .....
f) .....
g) .....
h) .....

3 — .....
4 — .....
5 — .....»

Artigo 24.º

Aditamento ao Código da Publicidade

São aditados ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, os artigos 42.º e 43.º, com a seguinte redacção:

«Artigo 42.º

Legitimidade de profissionais e concorrentes

Qualquer profissional ou concorrente com interesse legítimo em lutar contra a publicidade enganosa e garantir o cumprimento das disposições em matéria de publicidade comparativa pode suscitar a intervenção da Direcção-Geral do Consumidor para efeitos do disposto no artigo anterior.

Artigo 43.º

Comunicação dirigida exclusivamente a profissionais

O disposto nos artigos 10.º, 11.º e 16.º do presente Código aplica-se apenas à publicidade que não tenha como destinatários os consumidores.»

Artigo 25.º

Avaliação da execução do decreto-lei

No final do 3.º ano a contar da data da entrada em vigor do presente decreto-lei e bianualmente nos anos subsequentes, a DGC, com base nos dados fornecidos pela ASAE e pelas restantes autoridades administrativas competentes bem como naqueles decorrentes da sua actividade, elabora e apresenta um relatório de avaliação sobre a aplicação e execução do mesmo, devendo remetê-lo ao membro do Governo que tutela a política de defesa do consumidor.

Artigo 26.º

Regiões Autónomas

O disposto no presente decreto-lei aplica-se às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, sem prejuízo de as competências cometidas a serviços ou organismos da Administração do Estado serem exercidas pelos correspondentes serviços e organismos das administrações regionais com idênticas atribuições e competências.

Artigo 27.º

Norma revogatória

São revogados:

a) Os n.os 4 e 5 do artigo 11.º e o artigo 22.º-B do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro;

b) Os artigos 26.º, 27.º, 28.º e 29.º do Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de Abril.

Artigo 28.º

Entrada em vigor

O presente decreto-lei entra em vigor no 1.º dia útil do mês seguinte ao da sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 31 de Janeiro de 2008. — *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa — Luís Filipe Marques Amado — Fernando Teixeira dos Santos — Manuel António Gomes de Almeida de Pinho — Alberto Bernardes Costa.*

Promulgado em 14 de Março de 2008.

Publique-se.

O Presidente da República, ANÍBAL CAVACO SILVA.

Referendado em 17 de Março de 2008.

O Primeiro-Ministro, *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa.*

MINISTÉRIO DAS OBRAS PÚBLICAS, TRANSPORTES E COMUNICAÇÕES

Decreto-Lei n.º 58/2008

de 26 de Março

As condições de realização e utilização do transporte de passageiros por caminho de ferro estão reguladas em instrumentos jurídicos que tiveram origem nas décadas de 50 e 70 e que se encontram desajustados da realidade actual.

A Lei n.º 10/90, de 17 de Março, que aprovou a Lei de Bases dos Transportes Terrestres, define o transporte ferroviário como um serviço público essencial ao bem-estar da população e estabelece os princípios gerais a que os operadores ferroviários estão sujeitos em matéria de serviços, preços e de coordenação com outros meios de transporte.

O contrato de transporte ferroviário é pois o instrumento jurídico necessário para assegurar a certeza jurídica das relações entre o operador e os passageiros e que teve a sua primeira expressão com o Regulamento para a Exploração e Polícia dos Caminhos-de-Ferro — Decreto-Lei n.º 39 780, de 21 de Agosto de 1954.

Por sua vez, a tarifa geral de transportes dos caminhos de ferro — parte I, «Passageiros e bagagens», aprovada pela Portaria n.º 403/75, de 30 de Junho, que também dispõe sobre direitos e obrigações no âmbito do contrato de transporte de passageiros por caminho de ferro, estabeleceu normas sobre os títulos de transporte e formação de preços.

As alterações entretanto introduzidas na tarifa geral de transportes, através de sucessivas portarias, motivadas por transformações que se sucederam no sector do transporte ferroviário, designadamente em matéria de formação de preços, já não são adequadas às novas formas de exploração dos serviços de transporte ferroviário.

Impõe-se, assim, a recomposição do conteúdo daqueles normativos tendo em vista a sistematização das alterações introduzidas naqueles regimes ponderada com o modelo definido para o sector ferroviário e o ajustamento das condições de realização deste transporte.

Considerando a natureza de interesse geral do serviço de transporte ferroviário, estabelecem-se mínimos de intervenção pública para acautelar o essencial da relação contratual entre passageiros e operadores e procurar atenuar o tradicional desequilíbrio entre as respectivas posições jurídicas. Contudo, permite-se aos prestadores deste serviço alguma autonomia na definição das condições gerais de transporte e na formação de preços.

Em matéria de formação de preços dos títulos de transporte, a intervenção pública incide sobre os serviços urbanos e suburbanos, por razões de equidade e paralelismo com o modo rodoviário.

Nos serviços de transporte ferroviário regional e de longo curso a fixação de preços fica condicionada por princípios gerais de transparência e pelas regras da concorrência, assim como pelos critérios gerais de fixação de preços dos diversos tipos de serviços.

É criado um regime sancionatório contra-ordenacional pelo incumprimento das obrigações previstas, quer para os operadores quer para os passageiros, visando dissuadir práticas abusivas que possam pôr em causa o normal funcionamento deste serviço público de transporte.

Foi promovida a consulta ao Conselho Nacional do Consumo. Foram ouvidas, a título facultativo, a Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor — DECO, a União Geral de Consumidores — UGC e a Federação Nacional das Cooperativas de Consumidores — FENACOOP e, ainda, a Associação de Consumidores de Portugal — ACOP.

Assim:

Nos termos da alínea *a*) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objecto e âmbito de aplicação

1 — O presente decreto-lei estabelece as condições que devem ser observadas no contrato de transporte ferroviário de passageiros e bagagens, volumes portáteis, animais de companhia, velocípedes e outros bens.

2 — As normas estabelecidas no presente decreto-lei aplicam-se ao transporte internacional ferroviário, na parte efectuada em território nacional, em tudo o que não contrarie as disposições aplicáveis das regras uniformes relativas ao contrato de transporte internacional ferroviário de passageiros e bagagens (CIV), que constituem o apêndice A à Convenção relativa aos Transportes Internacionais Ferroviários (COTIF).

Artigo 2.º

Definições

Para os efeitos do presente decreto-lei, entende-se por:

a) «Transporte de passageiros por caminho de ferro» o transporte guiado em carris que se realiza através de veículos que utilizam diversos tipos de tracção (vapor, diesel, eléctrica ou outras), operando exclusivamente em canal próprio, e por marcha programada, ou transporte ferroviário;

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

Lei n.º 24/96

de 31 de Julho

Estabelece o regime legal aplicável à defesa dos consumidores
Revoga a Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto

A Assembleia da República decreta, nos termos dos artigos 164.º, alínea *d*), e 169.º, n.º 3, da Constituição, o seguinte:

CAPÍTULO I

Princípios gerais

Artigo 1.º

Dever geral de protecção

1 — Incumbe ao Estado, às Regiões Autónomas e às autarquias locais proteger o consumidor, designadamente através do apoio à constituição e funcionamento das associações de consumidores e de cooperativas de consumo, bem como à execução do disposto na presente lei.

2 — A incumbência geral do Estado na protecção dos consumidores pressupõe a intervenção legislativa e regulamentar adequada em todos os domínios envolvidos.

Artigo 2.º

Definição e âmbito

1 — Considera-se consumidor todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios.

2 — Consideram-se incluídos no âmbito da presente lei os bens, serviços e direitos fornecidos, prestados e transmitidos pelos organismos da Administração Pública, por pessoas colectivas públicas, por empresas de capitais públicos ou detidos maioritariamente pelo Estado, pelas Regiões Autónomas ou pelas autarquias locais e por empresas concessionárias de serviços públicos.

CAPÍTULO II

Direitos do consumidor

Artigo 3.º

Direitos do consumidor

O consumidor tem direito:

a) À qualidade dos bens e serviços;
b) À protecção da saúde e da segurança física;
c) À formação e à educação para o consumo;
d) À informação para o consumo;
e) À protecção dos interesses económicos;
f) À prevenção e à reparação dos danos patrimoniais ou não patrimoniais que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais homogéneos, colectivos ou difusos;
g) À protecção jurídica e a uma justiça acessível e pronta;
h) À participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses.

Artigo 4.º

Direito à qualidade dos bens e serviços

1 — Os bens e serviços destinados ao consumo devem ser aptos a satisfazer os fins a que se destinam e produzir os efeitos que se lhes atribuem, segundo as normas legalmente estabelecidas, ou, na falta delas, de modo adequado às legítimas expectativas do consumidor.

2 — Sem prejuízo do estabelecimento de prazos mais favoráveis por convenção das partes ou pelos usos, o fornecedor de bens móveis não consumíveis está obrigado a garantir o seu bom estado e o seu bom funcionamento por período nunca inferior a um ano.

3 — O consumidor tem direito a uma garantia mínima de cinco anos para os imóveis.

4 — O decurso do prazo de garantia suspende-se durante o período de tempo em que o consumidor se achar privado do uso dos bens em virtude das operações de reparação resultantes de defeitos originários.

Artigo 5.º

Direito à protecção da saúde e da segurança física

1 — É proibido o fornecimento de bens ou a prestação de serviços que, em condições de uso normal ou previsível, incluindo a duração, impliquem riscos incompatíveis com a sua utilização, não aceitáveis de acordo com um nível elevado de protecção da saúde e da segurança física das pessoas.

2 — Os serviços da Administração Pública que, no exercício das suas funções, tenham conhecimento da existência de bens ou serviços proibidos nos termos do número anterior devem notificar tal facto às entidades competentes para a fiscalização do mercado.

3 — Os organismos competentes da Administração Pública devem mandar apreender e retirar do mercado os bens e interditar as prestações de serviços que impliquem perigo para a saúde ou segurança física dos consumidores, quando utilizados em condições normais ou razoavelmente previsíveis.

Artigo 6.º

Direito à formação e à educação

1 — Incumbe ao Estado a promoção de uma política educativa para os consumidores, através da inserção nos programas e nas actividades escolares, bem como nas acções de educação permanente, de matérias relacionadas com o consumo e os direitos dos consumidores, usando, designadamente, os meios tecnológicos próprios numa sociedade de informação.

2 — Incumbe ao Estado, às Regiões Autónomas e às autarquias locais desenvolver acções e adoptar medidas tendentes à formação e à educação do consumidor, designadamente através de:

a) Concretização, no sistema educativo, em particular no ensino básico e secundário, de programas e actividades de educação para o consumo;
b) Apoio às iniciativas que neste domínio sejam promovidas pelas associações de consumidores;

c) Promoção de acções de educação permanente de formação e sensibilização para os consumidores em geral;
d) Promoção de uma política nacional de formação de formadores e de técnicos especializados na área do consumo.

3 — Os programas de carácter educativo difundidos no serviço público de rádio e de televisão devem integrar espaços destinados à educação e à formação do consumidor.

4 — Na formação do consumidor devem igualmente ser utilizados meios telemáticos, designadamente através de redes nacionais e mundiais de informação, estimulando-se o recurso a tais meios pelo sector público e privado.

Artigo 7.º

Direito à informação em geral

1 — Incumbe ao Estado, às Regiões Autónomas e às autarquias locais desenvolver acções e adoptar medidas tendentes à informação em geral do consumidor, designadamente através de:

a) Apoio às acções de informação promovidas pelas associações de consumidores;
b) Criação de serviços municipais de informação ao consumidor;
c) Constituição de conselhos municipais de consumo, com a representação, designadamente, de associações de interesses económicos e de interesses dos consumidores;
d) Criação de bases de dados e arquivos digitais acessíveis, de âmbito nacional, no domínio do direito do consumo, destinados a difundir informação geral e específica;
e) Criação de bases de dados e arquivos digitais acessíveis em matéria de direitos do consumidor, de acesso incondicionado.

2 — O serviço público de rádio e de televisão deve reservar espaços, em termos que a lei definirá, para a promoção dos interesses e direitos do consumidor.

3 — A informação ao consumidor é prestada em língua portuguesa.

4 — A publicidade deve ser lícita, inequivocamente identificada e respeitar a verdade e os direitos dos consumidores.

5 — As informações concretas e objectivas contidas nas mensagens publicitárias de determinado bem, serviço ou direito consideram-se integradas no conteúdo dos contratos que se venham a celebrar após a sua emissão, tendo-se por não escritas as cláusulas contratuais em contrário.

Artigo 8.º

Direito à informação em particular

1 — O fornecedor de bens ou prestador de serviços deve, tanto nas negociações como na celebração de um contrato, informar de forma clara, objectiva e adequada o consumidor, nomeadamente, sobre características, composição e preço do bem ou serviço, bem como sobre o período de vigência do contrato, garantias, prazos de entrega e assistência após o negócio jurídico.

2 — A obrigação de informar impende também sobre o produtor, o fabricante, o importador, o distribuidor, o embalador e o armazenista, por forma que cada elo do ciclo produção-consumo possa encontrar-se habilitado a cumprir a sua obrigação de informar o elo imediato até ao consumidor, destinatário final da informação.

3 — Os riscos para a saúde e segurança dos consumidores que possam resultar da normal utilização de bens ou serviços perigosos devem ser comunicados, de modo claro, completo e adequado, pelo fornecedor ou prestador de serviços ao potencial consumidor.

4 — Quando se verifique falta de informação, informação insuficiente, ilegível ou ambígua que comprometa a utilização adequada do bem ou do serviço, o consumidor goza do direito de retractação do contrato relativo à sua aquisição ou prestação, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do bem ou da data de celebração do contrato de prestação de serviços.

5 — O fornecedor de bens ou o prestador de serviços que viole o dever de informar responde pelos danos que causar ao consumidor, sendo solidariamente responsáveis os demais intervenientes na cadeia da produção à distribuição que hajam igualmente violado o dever de informação.

6 — O dever de informar não pode ser denegado ou condicionado por invocação de segredo de fabrico não tutelado na lei, nem pode prejudicar o regime jurídico das cláusulas contratuais gerais ou outra legislação mais favorável para o consumidor.

Artigo 9.º

Direito à protecção dos interesses económicos

1 — O consumidor tem direito à protecção dos seus interesses económicos, impondo-se nas relações jurídicas de consumo a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa fé, nos preliminares, na formação e ainda na vigência dos contratos.

2 — Com vista à prevenção de abusos resultantes de contratos pré-elaborados, o fornecedor de bens e o prestador de serviços estão obrigados:

a) À redacção clara e precisa, em caracteres facilmente legíveis, das cláusulas contratuais gerais, incluindo as inseridas em contratos singulares;
b) À não inclusão de cláusulas em contratos singulares que originem significativo desequilíbrio em detrimento do consumidor.

3 — A inobservância do disposto no número anterior fica sujeita ao regime das cláusulas contratuais gerais.

4 — O consumidor não fica obrigado ao pagamento de bens ou serviços que não tenha prévia e expressamente encomendado ou solicitado, ou que não constitua cumprimento de contrato válido, não lhe cabendo, do mesmo modo, o encargo da sua devolução ou compensação, nem a responsabilidade pelo risco de perecimento ou deterioração da coisa.

5 — O consumidor tem direito à assistência após a venda, com incidência no fornecimento de peças e acessórios, pelo período de duração média normal dos produtos fornecidos.

6 — É vedado ao fornecedor ou prestador de serviços fazer depender o fornecimento de um bem ou a prestação de um serviço da aquisição ou da prestação de um outro ou outros.

7 — Sem prejuízo de regimes mais favoráveis nos contratos que resultem da iniciativa do fornecedor de bens

ou do prestador de serviços fora do estabelecimento comercial, por meio de correspondência ou outros equivalentes, é assegurado ao consumidor o direito de retractação, no prazo de sete dias úteis a contar da data da recepção do bem ou da conclusão do contrato de prestação de serviços.

8 — Incumbe ao Governo adoptar medidas adequadas a assegurar o equilíbrio das relações jurídicas que tenham por objecto bens e serviços essenciais, designadamente água, energia eléctrica, gás, telecomunicações e transportes públicos.

9 — Incumbe ao Governo adoptar medidas tendentes a prevenir a lesão dos interesses dos consumidores no domínio dos métodos de venda que prejudiquem a avaliação consciente das cláusulas apostas em contratos singulares e a formação livre, esclarecida e ponderada da decisão de se vincularem.

Artigo 10.º

Direito à prevenção e acção inibitória

1 — É assegurado o direito de acção inibitória destinada a prevenir, corrigir ou fazer cessar práticas lesivas dos direitos do consumidor consignados na presente lei, que, nomeadamente:

a) Atentem contra a sua saúde e segurança física;
b) Se traduzam no uso de cláusulas gerais proibidas;
c) Consistam em práticas comerciais expressamente proibidas por lei.

2 — A sentença proferida em acção inibitória pode ser acompanhada de sanção pecuniária compulsória, prevista no artigo 829.º-A do Código Civil, sem prejuízo da indemnização a que houver lugar.

Artigo 11.º

Forma de processo da acção inibitória

1 — A acção inibitória tem o valor equivalente ao da alçada da Relação mais 1$, segue os termos do processo sumário e está isenta de custas.

2 — A decisão especificará o âmbito da abstenção ou correcção, designadamente através da referência concreta do seu teor e a indicação do tipo de situações a que se reporta.

3 — Transitada em julgado, a decisão condenatória será publicitada a expensas do infractor, nos termos fixados pelo juiz, e será registada em serviço a designar nos termos da legislação regulamentar da presente lei.

4 — Quando se tratar de cláusulas contratuais gerais, aplicar-se-á ainda o disposto nos artigos 31.º e 32.º do Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro, com a redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 220/95, de 31 de Agosto.

Artigo 12.º

Direito à reparação de danos

1 — O consumidor a quem seja fornecida a coisa com defeito, salvo se dele tivesse sido previamente informado e esclarecido antes da celebração do contrato, pode exigir, independentemente de culpa do fornecedor do bem, a reparação da coisa, a sua substituição, a redução do preço ou a resolução do contrato.

2 — O consumidor deve denunciar o defeito no prazo de 30 dias, caso se trate de bem móvel, ou de um ano, se se tratar de bem imóvel, após o seu conhecimento e dentro dos prazos de garantia previstos nos n.ºs 2 e 3 do artigo 4.º da presente lei.

3 — Os direitos conferidos ao consumidor nos termos do n.º 1 caducam findo qualquer dos prazos referidos no número anterior sem que o consumidor tenha feito a denúncia, ou decorridos sobre esta seis meses, não se contando para o efeito o tempo despendido com as operações de reparação.

4 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, o consumidor tem direito à indemnização dos danos patrimoniais e não patrimoniais resultantes do fornecimento de bens ou prestações de serviços defeituosos.

5 — O produtor é responsável, independentemente de culpa, pelos danos causados por defeitos de produtos que coloque no mercado, nos termos da lei.

Artigo 13.º

Legitimidade activa

Têm legitimidade para intentar as acções previstas nos artigos anteriores:

a) Os consumidores directamente lesados;
b) Os consumidores e as associações de consumidores ainda que não directamente lesados, nos termos da Lei n.º 83/95, de 31 de Agosto;
c) O Ministério Público e o Instituto do Consumidor quando estejam em causa interesses individuais homogéneos, colectivos ou difusos.

Artigo 14.º

Direito à protecção jurídica e direito a uma justiça acessível e pronta

1 — Incumbe aos órgãos e departamentos da Administração Pública promover a criação e apoiar centros de arbitragem com o objectivo de dirimir os conflitos de consumo.

2 — É assegurado ao consumidor o direito à isenção de preparos nos processos em que pretenda a protecção dos seus interesses ou direitos, a condenação por incumprimento do fornecedor de bens ou prestador de serviços, ou a reparação de perdas e danos emergentes de factos ilícitos ou da responsabilidade objectiva definida nos termos da lei, desde que o valor da acção não exceda a alçada do tribunal judicial de 1.ª instância.

3 — Os autores nos processos definidos no número anterior ficam isentos do pagamento de custas em caso de procedência parcial da respectiva acção.

4 — Em caso de decaimento total, o autor ou autores intervenientes serão condenados em montantes, a fixar pelo julgador, entre um décimo e a totalidade das custas que normalmente seriam devidas, tendo em conta a sua situação económica e a razão formal ou substantiva da improcedência.

Artigo 15.º

Direito de participação por via representativa

O direito de participação consiste, nomeadamente, na audição e consulta prévias, em prazo razoável, das associações de consumidores no tocante às medidas que afectem os direitos ou interesses legalmente protegidos dos consumidores.

CAPÍTULO III

Carácter injuntivo dos direitos dos consumidores

Artigo 16.º

Nulidade

1 — Sem prejuízo do regime das cláusulas contratuais gerais, qualquer convenção ou disposição contratual que exclua ou restrinja os direitos atribuídos pela presente lei é nula.

2 — A nulidade referida no número anterior apenas pode ser invocada pelo consumidor ou seus representantes.

3 — O consumidor pode optar pela manutenção do contrato quando algumas das suas cláusulas forem nulas nos termos do n.º 1.

CAPÍTULO IV

Instituições de promoção e tutela dos direitos do consumidor

Artigo 17.º

Associações de consumidores

1 — As associações de consumidores são associações dotadas de personalidade jurídica, sem fins lucrativos e com o objectivo principal de proteger os direitos e os interesses dos consumidores em geral ou dos consumidores seus associados.

2 — As associações de consumidores podem ser de âmbito nacional, regional ou local, consoante a área a que circunscrevam a sua acção e tenham, pelo menos, 3000, 500 ou 100 associados, respectivamente.

3 — As associações de consumidores podem ser ainda de interesse genérico ou de interesse específico:

a) São de interesse genérico as associações de consumidores cujo fim estatutário seja a tutela dos direitos dos consumidores em geral e cujos órgãos sejam livremente eleitos pelo voto universal e secreto de todos os seus associados;

b) São de interesse específico as demais associações de consumidores de bens e serviços determinados, cujos órgãos sejam livremente eleitos pelo voto universal e secreto de todos os seus associados.

4 — As cooperativas de consumo são equiparadas, para os efeitos do disposto no presente diploma, às associações de consumidores.

Artigo 18.º

Direitos das associações de consumidores

1 — As associações de consumidores gozam dos seguintes direitos:

a) Ao estatuto de parceiro social em matérias que digam respeito à política de consumidores, nomeadamente traduzido na indicação de representantes para órgãos de consulta ou concertação que se ocupem da matéria;

b) Direito de antena na rádio e na televisão, nos mesmos termos das associações com estatuto de parceiro social;

c) Direito a representar os consumidores no processo de consulta e audição públicas a realizar no decurso da tomada de decisões susceptíveis de afectar os direitos e interesses daqueles;

d) Direito a solicitar, junto das autoridades administrativas ou judiciais competentes, a apreensão e retirada de bens do mercado ou a interdição de serviços lesivos dos direitos e interesses dos consumidores;

e) Direito a corrigir e a responder ao conteúdo de mensagens publicitárias relativas a bens e serviços postos no mercado, bem como a requerer, junto das autoridades competentes, que seja retirada do mercado publicidade enganosa ou abusiva;

f) Direito a consultar os processos e demais elementos existentes nas repartições e serviços públicos da administração central, regional ou local que contenham dados sobre as características de bens e serviços de consumo e de divulgar as informações necessárias à tutela dos interesses dos consumidores;

g) Direito a serem esclarecidas sobre a formação dos preços de bens e serviços, sempre que o solicitem;

h) Direito de participar nos processos de regulação de preços de fornecimento de bens e de prestações de serviços essenciais, nomeadamente nos domínios da água, energia, gás, transportes e telecomunicações, e a solicitar os esclarecimentos sobre as tarifas praticadas e a qualidade dos serviços, por forma a poderem pronunciar-se sobre elas;

i) Direito a solicitar aos laboratórios oficiais a realização de análises sobre a composição ou sobre o estado de conservação e demais características dos bens destinados ao consumo público e de tornarem públicos os correspondentes resultados, devendo o serviço ser prestado segundo tarifa que não ultrapasse o preço de custo;

j) Direito à presunção de boa fé das informações por elas prestadas;

l) Direito à acção popular;

m) Direito de queixa e denúncia, bem como direito de se constituírem como assistentes em sede de processo penal e a acompanharem o processo contra-ordenacional, quando o requeiram, apresentando memoriais, pareceres técnicos, sugestão de exames ou outras diligências de prova até que o processo esteja pronto para decisão final;

n) Direito à isenção do pagamento de custas, preparos e de imposto do selo, nos termos da Lei n.º 83/95, de 31 de Agosto;

o) Direito a receber apoio do Estado, através da administração central, regional e local, para a prossecução dos seus fins, nomeadamente no exercício da sua actividade no domínio da formação, informação e representação dos consumidores;

p) Direito a benefícios fiscais idênticos aos concedidos ou a conceder às instituições particulares de solidariedade social.

2 — Os direitos previstos nas alíneas *a*) e *b*) do número anterior são exclusivamente conferidos às associações de consumidores de âmbito nacional e de interesse genérico.

3 — O direito previsto na alínea *h*) do n.º 1 é conferido às associações de interesse genérico ou de interesse específico quando esse interesse esteja directamente relacionado com o bem ou serviço que é objecto da regulação de preços e, para os serviços de natureza não regional ou local, exclusivamente conferido a associações de âmbito nacional.

Artigo 19.º

Acordos de boa conduta

1 — As associações de consumidores podem negociar com os profissionais ou as suas organizações representativas acordos de boa conduta, destinados a reger as relações entre uns e outros.

2 — Os acordos referidos no número anterior não podem contrariar os preceitos imperativos da lei, designadamente os da lei da concorrência, nem conter disposições menos favoráveis aos consumidores do que as legalmente previstas.

3 — Os acordos de boa conduta celebrados com associações de consumidores de interesse genérico obrigam os profissionais ou representados em relação a todos os consumidores, sejam ou não membros das associações intervenientes.

4 — Os acordos atrás referidos devem ser objecto de divulgação, nomeadamente através da afixação nos estabelecimentos comerciais, sem prejuízo da utilização de outros meios informativos mais circunstanciados.

Artigo 20.º

Ministério Público

Incumbe também ao Ministério Público a defesa dos consumidores no âmbito da presente lei e no quadro das respectivas competências, intervindo em acções administrativas e cíveis tendentes à tutela dos interesses individuais homogéneos, bem como de interesses colectivos ou difusos dos consumidores.

Artigo 21.º

Instituto do Consumidor

1 — O Instituto do Consumidor é o instituto público destinado a promover a política de salvaguarda dos direitos dos consumidores, bem como a coordenar e executar as medidas tendentes à sua protecção, informação e educação e de apoio às organizações de consumidores.

2 — Para a prossecução das suas atribuições, o Instituto do Consumidor é considerado autoridade pública e goza dos seguintes poderes:

a) Solicitar e obter dos fornecedores de bens e prestadores de serviços, bem como das entidades referidas no n.º 2 do artigo 2.º, mediante pedido fundamentado, as informações, os elementos e as diligências que entender necessários à salvaguarda dos direitos e interesses dos consumidores;
b) Participar na definição do serviço público de rádio e de televisão em matéria de informação e educação dos consumidores;
c) Representar em juízo os direitos e interesses colectivos e difusos dos consumidores;
d) Ordenar medidas cautelares de cessação, suspensão ou interdição de fornecimentos de bens ou prestações de serviços que, independentemente de prova de uma perda ou um prejuízo real, pelo seu objecto, forma ou fim, acarretem ou possam acarretar riscos para a saúde, a segurança e os interesses económicos dos consumidores.

Artigo 22.º

Conselho Nacional do Consumo

1 — O Conselho Nacional do Consumo é um órgão independente de consulta e acção pedagógica e preventiva, exercendo a sua acção em todas as matérias relacionadas com o interesse dos consumidores.

2 — São, nomeadamente, funções do Conselho:

a) Pronunciar-se sobre todas as questões relacionadas com o consumo que sejam submetidas à sua apreciação pelo Governo, pelo Instituto do Consumidor, pelas associações de consumidores ou por outras entidades nele representadas;
b) Emitir parecer prévio sobre iniciativas legislativas relevantes em matéria de consumo;
c) Estudar e propor ao Governo a definição das grandes linhas políticas e estratégicas gerais e sectoriais de acção na área do consumo;
d) Dar parecer sobre o relatório e o plano de actividades anuais do Instituto do Consumidor;
e) Aprovar recomendações a entidades públicas ou privadas ou aos consumidores sobre temas, actuações ou situações de interesse para a tutela dos direitos do consumidor.

3 — O Governo, através do Instituto do Consumidor, presta ao Conselho o apoio administrativo, técnico e logístico necessário.

4 — Incumbe ao Governo, mediante diploma próprio, regulamentar o funcionamento, a composição e o modo de designação dos membros do Conselho Nacional do Consumo, devendo em todo o caso ser assegurada uma representação dos consumidores não inferior a 50 % da totalidade dos membros do Conselho.

CAPÍTULO V

Disposições finais

Artigo 23.º

Profissões liberais

O regime de responsabilidade por serviços prestados por profissionais liberais será regulado em leis próprias.

Artigo 24.º

Norma revogatória

1 — É revogada a Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto.

2 — Consideram-se feitas à presente lei as referências à Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto.

Artigo 25.º

Vigência

Os regulamentos necessários à execução da presente lei serão publicados no prazo de 180 dias após a sua entrada em vigor.

Aprovada em 23 de Maio de 1996.

O Presidente da Assembleia da República, *António de Almeida Santos.*

Promulgada em 4 de Julho de 1996.

Publique-se.

O Presidente da República, JORGE SAMPAIO.

Referendada em 7 de Julho de 1996.

O Primeiro-Ministro, *António Manuel de Oliveira Guterres.*

Lei n.º 25/96

de 31 de Julho

Altera a Lei n.º 113/91, de 29 de Agosto (Lei de Bases da Protecção Civil)

A Assembleia da República decreta, nos termos dos artigos 164.º, alínea *d*), 168.º, n.º 1, alínea *b*), e 169.º, n.º 3, da Constituição, o seguinte:

Artigo único

O artigo 24.º da Lei n.º 113/91, de 29 de Agosto, passa a ter a seguinte redacção:

«Artigo 24.º

[...]

1 — .....
2 — .....
3 — Nas Regiões Autónomas, os planos de emergência de âmbito municipal a que se refere o n.º 5 do artigo 21.º são aprovados pelo membro do Governo Regional que tutela o sector da protecção civil, sob parecer do serviço regional de protecção civil e da respectiva câmara municipal, o qual dará conhecimento posterior à Comisssão Nacional de Protecção Civil.
4 — Nas Regiões Autónomas, a responsabilidade inerente à protecção civil no espaço sob jurisdição da autoridade marítima cabe a esta autoridade, sem prejuízo da necessária articulação com o serviço regional de protecção civil.»

Aprovada em 20 de Junho de 1996.

O Presidente da Assembleia da República, *António de Almeida Santos.*

Promulgada em 12 de Julho de 1996.

Publique-se.

O Presidente da República, JORGE SAMPAIO.

Referendada em 18 de Julho de 1996.

O Primeiro-Ministro, *António Manuel de Oliveira Guterres.*

Resolução da Assembleia da República n.º 26/96

Constituição da Comissão Permanente

A Assembleia da República resolve, nos termos e para os efeitos previstos no artigo 182.º, n.º 2, da Constituição, nos artigos 41.º e 42.º do Regimento, que, para além do Presidente e dos Vice-Presidentes da Assembleia da República, a Comissão Permanente é composta por mais 33 deputados, distribuídos do seguinte modo:

PS — 15 deputados;
PSD — 12 deputados;
CDS-PP — 3 deputados;
PCP — 2 deputados;
PEV — 1 deputado.

Aprovada em 12 de Julho de 1996.

O Presidente da Assembleia da República, *António de Almeida Santos.*

PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS

Decreto-Lei n.º 102/96

de 31 de Julho

Corresponde a um imperativo de justiça que o tempo de serviço prestado em regime de substituição releve para todos os efeitos legais na categoria correspondente ao cargo exercido naquele regime, se e quando o substituto venha nele a ser provido a título normal e sem interrupção de funções.
Da natureza da medida decorre, naturalmente, que a mesma só é aplicável aos lugares cujo modo de provimento seja a nomeação definitiva.
Sobre o assunto foram ouvidas, nos termos da lei, as organizações sindicais representativas dos trabalhadores da Administração Pública.
Assim:
No desenvolvimento do regime jurídico estabelecido pelo Decreto-Lei n.º 184/89, de 2 de Junho, e nos termos da alínea *c*) do n.º 1 do artigo 201.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

Artigo único

Ao artigo 23.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 7 de Dezembro, é aditado um n.º 3, com a seguinte redacção:

«3 — Sem prejuízo do disposto no número anterior o tempo de serviço prestado em regime de substituição em lugares de chefia considera-se, para todos os efeitos legais, designadamente antiguidade, progressão na categoria e promoção, como prestado na categoria correspondente ao cargo exercido naquele regime, quando o substituto venha nela a ser provido a título normal e sem interrupção de funções.»

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 20 de Junho de 1996. — *António Manuel de Oliveira Guterres — António Luciano Pacheco de Sousa Franco — João Cardona Gomes Cravinho — Jorge Paulo Sacadura Almeida Coelho.*

Promulgado em 12 de Julho de 1996.

Publique-se.

O Presidente da República, JORGE SAMPAIO.

Referendado em 15 de Julho de 1996.

O Primeiro-Ministro, *António Manuel de Oliveira Guterres.*

JUNTA DE FREGUESIA DE PALMELA

Município de Palmela

MANDATO 2025 / 2029

Reunião de 10 de março de 2026

ASSUNTO: Homologação da Lista de Ordenação Final

Procedimento concursal comum para preenchimento de 5 (cinco) postos de trabalho na carreira e categoria de assistente operacional, na modalidade de contrato de trabalho em funções públicas por tempo determinado / termo resolutivo certo (1 ano)

Aviso (extrato)n.º **30671/2025/2, Diário da República, 2.ª série, n.º 242 de 17 de dezembro de 2025**
BEP **OE 202512/0408, de 17/12/2025**

Tendo terminado o processo de seleção (com o término do prazo para audiência dos interessados, no dia 26 de fevereiro de 2026, nos termos do CPA) respeitante ao procedimento concursal mencionado em epígrafe, o respetivo Júri entregou à Junta de Freguesia, para homologação, a Lista Unitária de Ordenação Final, acompanhadas das restantes deliberações do Júri, cumprindo o estipulado no nº 5 Artº 9º e nº 1 do Artº 25º da Portaria nº 233/2022, de 9 de setembro.

Face ao exposto, propõe-se que a Junta de Freguesia delibere, nos termos da citada Portaria:

1. Homologar a Lista Unitária de Ordenação Final dos candidatos ao procedimento mencionado em epígrafe;

2. Notificar este ato de homologação aos candidatos, em cumprimento do disposto no nº 3 do Artº 25 e pela forma prevista no disposto no Artº 6º da referida Portaria.

3. Afixar esta Lista nas instalações da Freguesia, disponibilizá-la na página eletrónica www.jf-palmela.pt e publicar aviso na 2.ª série do Diário da República com informação sobre a sua publicitação (n.º 4 do artigo 25.º).

O Proponente

JUNTA DE FREGUESIA DE PALMELA

Município de Palmela

Deliberação: Aprovada ✓ Reprovada ____
Resultado da votação: Unanimidade ✓ Maioria ____

Votos a favor	
Presidente	✓
Secretária	✓
Tesoureiro	✓
1º Vogal	✓
2º Vogal	✓

Votos contra	
Presidente	
Secretária	
Tesoureiro	
1º Vogal	
2º Vogal	

Abstenções	
Presidente	
Secretária	
Tesoureiro	
1º Vogal	
2º Vogal	

Aprovada em minuta, em reunião de 10/03/2026, para efeito do disposto nos nºs 3 e 4 do artigo 57º, do anexo I, da Lei Nº 75/2013, de 12/9, na sua atual redação.

A JUNTA DE FREGUESIA

Helena Maria Braz de Almeida Matos Gaspar
Pedro Jorge Fabião Bento
Ana Cristina Cardoso Coelho
Carlos André Caetano da Silva

Procedimento concursal comum para preenchimento de 5 (cinco) postos de trabalho na carreira e categoria de assistente operacional, na modalidade de contrato de trabalho em funções públicas por tempo determinado / termo resolutivo certo (1 ano)

Aviso (extrato)n.º **30671/2025/2, Diário da República, 2.ª série, n.º 242 de 17 de dezembro de 2025**
BEP **OE 202512/0408, de 17/12/2025**

LISTA UNITÁRIA DE ORDENAÇÃO FINAL DOS CANDIDATOS

Ordenação	Candidatos aprovados	Classificação final
1.º	José Eduardo da Silva Brito	18,06 valores
2.º	Ana Sirbu	14,17 valores
3º	Carlos Manuel Borges da Fonseca Alves	11,27 valores
4º	Paulo Cesar Monteiro Coelho	11,27 valores
5º	Rita João Coelho Cardoso	11,27 valores

Palmela, 11 de fevereiro de 2026

A Presidente do Júri

Rosélia Maria Fernandes Vilhena Paz

JUNTA DE FREGUESIA DE PALMELA

Município de Palmela

Aviso

Procedimento concursal comum para preenchimento de 5 (cinco) postos de trabalho na carreira e categoria de assistente operacional, na modalidade de contrato de trabalho em funções públicas por tempo determinado / termo resolutivo certo (1 ano)-Homologação da lista final

Aviso (extrato) n.º 30671/2025/2, publicado no DR 2ª série, Nº 242, em 17/11/2025

Em cumprimento do disposto no nº 4 do Artº 25º da Portaria nº 233/2022, de 9 de setembro, torna-se público que, em reunião da Junta de Freguesia de Palmela, realizada no dia 10 de março de 2026, foi homologada a Lista Unitária de Ordenação Final do procedimento concursal acima indicado.
Mais se torna público que a referida lista se encontra afixada nas instalações da Junta de Freguesia e disponibilizada na página eletrónica www.jf-palmela.pt

Palmela, 11 de março de 2026

O Presidente da Junta

Jorge Manuel Cândido Mares