



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

DIVISÃO DE APOIO ÀS COMISSÕES	
Comissão de Economia, Inovação e Obras Públicas	
CEIOP	
N.º Único	628841
Entrada/Saída n.º	205
Data	2 / 4 / 2019

PARECER

Assunto: Parecer sobre Projectos de Lei nº 438/XIII/2ª, 439/XIII/2ª e 451/XIII/2ª e Projectos de Resolução nº 717/XIII/2ª, 718/XIII/2º e 727/XIII/2ª – Alterações no âmbito da Defesa do Consumidor

Proc. nº 2019/GAVPM/1118

I. Os Projectos.

Em apreciação encontram-se Projectos de Lei nº 438/XIII/2ª, 439/XIII/2ª e 451/XIII/2ª e Projectos de Resolução nº 717/XIII/2ª, 718/XIII/2º e 727/XIII/2ª – Alterações no âmbito da Defesa do Consumidor.

Começando pelo Projecto de Lei nº 438/XIII/2ª, apresenta a seguinte exposição de motivos:

O desenvolvimento das sociedades e das relações de consumo criam as condições ideais para o surgimento de litígios de consumo de valor económico relativamente reduzido.

Diz a lei fundamental portuguesa, no seu artigo 20.º, n.º 1, que “a todos é assegurado o acesso ao direito e aos tribunais para defesa dos seus direitos e interesses legalmente protegidos, não podendo a justiça ser denegada por insuficiência de meios económicos”.

Por seu turno, o n.º 1 do artigo 60.º da mesma lei fundamental refere que “os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

informação, à proteção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos”.

Assim, através das normas acima referidas e dos artigos 11.º e 14.º da lei do consumidor, o legislador procurou, de algum modo, tutelar estes direitos dos consumidores.

Contudo, é consensual a ideia de que os consumidores se apresentam no mercado de forma isolada e não concertada, encontrando-se numa situação de efetiva fragilidade relativamente ao poder técnico-económico dos agentes económicos. A relação jurídica de consumo (à semelhança de outras, como, por exemplo, a relação jurídica laboral) é pois uma relação, materialmente, “desnivelada”. É uma relação em que, por regra, de um lado está o consumidor e, do outro lado, o agente económico (muitas das vezes, grandes grupos económicos), assessorada por juristas e técnicos em marketing e publicidade; um agente económico que, não raras vezes, estabeleceu a sua relação jurídica com o consumidor na base de contratos de adesão por si (agente económico) cuidadosamente elaborados no sentido de, primordialmente, salvaguardar todos os seus interesses.

Ora, são cada vez mais os litígios emergentes das relações jurídicas de consumo, nomeadamente no domínio dos serviços públicos essenciais, crédito ao consumo, vendas à distância e comércio eletrónico, assistência pós-venda (garantias) e cláusulas contratuais gerais, sendo a sua resolução possível de ser alcançada com recurso aos chamados meios alternativos de resolução de litígios (nomeadamente os tribunais arbitrais e centros de mediação), em vez do tradicional recurso aos tribunais judiciais (não estando contudo, vedado o recurso a estes órgãos de soberania).

A arbitragem e mediação de conflitos de consumo é, por conseguinte, a solução alternativa ao recurso aos tribunais judiciais que Portugal encontrou para dar vazão a uma imensidão de conflitos que não param de surgir.



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

Além disso, o recurso aos meios alternativos de resolução de litígio importa menos custos para as partes, nomeadamente ao nível da taxa de justiça, que o recurso aos tribunais judiciais.

Contudo, na resolução dos seus litígios com o consumidor, e independentemente do valor envolvido, os agentes económicos, por regra, fazem-se assessorar do apoio de gabinetes jurídicos, com vista à salvaguarda dos seus interesses. O mesmo não acontecendo com o consumidor que, muitas vezes, nem poder económico tem para contratar advogado e, por isso, quando a ele recorre é através de apoio judiciário, garantido, através dos mecanismos previstos na lei do acesso ao direito.

Nos meios alternativos de resolução de litígios, não é obrigatória a constituição de advogado.

Se acrescentarmos a isto o que atrás dissemos (que a relação jurídica de consumo – à semelhança de outras, como, por exemplo, a relação jurídica laboral – é uma relação, materialmente, “desnivelada”), é manifesto que o consumidor corre um, pelo menos potencial, risco em termos de cabal defesa dos seus interesses.

À simplicidade de formalismo que, por um lado, se confere com vista a uma decisão mais célere, deverá corresponder, por outro, sem que isso ponha em causa tal celeridade, um acréscimo de garantias e segurança para o consumidor.

*

O texto do Projecto é o seguinte:

Artigo 1.º

Objeto

1 - A presente lei procede à quinta alteração à Lei n.º 24/96, de 31 de julho, alterada pela Lei n.º 85/98, de 16 de dezembro, pelo Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, pela Lei n.º 10/2013, de 28 de janeiro, e pela Lei n.º 47/2014, de 28 de julho, que



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

estabelece o regime legal aplicável à defesa dos consumidores, determinando a sujeição dos litígios de consumo de reduzido valor económico à arbitragem necessária ou mediação, quando tal seja escolhido pelo consumidor.

2 – Para efeitos do disposto no número anterior, é definido o conceito de “litígios de consumo de reduzido valor económico” e determinada a obrigatoriedade de constituição de advogado nas ações em que seja parte um consumidor.

Artigo 2.º

Alteração à Lei n.º 24/96, de 31 de julho

O artigo 14.º da Lei n.º 24/69, de 31 de julho, alterada pela Lei n.º 85/98, de 16 de dezembro, pelo Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, pela Lei n.º 10/2013, de 28 de janeiro, e pela Lei n.º 47/2014, de 28 de julho, passa a ter a seguinte redação:

«Artigo 14.º

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

1 – (...).

2 – (...).

3 – (...).

4 – (...).

5 – Os litígios de consumo de reduzido valor económico estão sujeitos a arbitragem necessária ou mediação quando, por opção expressa dos consumidores, sejam submetidos à apreciação do tribunal arbitral dos centros de arbitragem de conflitos de consumo legalmente autorizados.

6 – Consideram-se litígios de consumo de reduzido valor económico aqueles cujo valor não exceda um quarto da alçada dos tribunais de 1.ª instância.».

Artigo 3.º





CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

Aditamento à Lei n.º 24/96, de 31 de julho

É aditado à Lei n.º 24/96, de 31 de julho, alterada pela Lei n.º 85/98, de 16 de dezembro, pelo Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, pela Lei n.º 10/2013, de 28 de janeiro, e pela Lei n.º 47/2014, de 28 de julho, o artigo 14.º-A, com a seguinte redação:

«Artigo 14.º-A

Patrocínio Judiciário

Nas ações ou procedimentos destinados à resolução de litígios emergentes de relações jurídicas em que seja parte um consumidor e cujo valor seja igual ou superior a um quarto da alçada do tribunal de 1.ª instância é obrigatória a constituição de advogado, independentemente de tais ações ou procedimentos correrem os seus termos nos tribunais, secretarias, ou nos meios alternativos de resolução de litígios.»

Artigo 4.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

*

A opção de fundo, que vincula e fundamenta este projecto trata-se de opção política, da competência exclusiva do poder legislativo, alheia, por isso, às atribuições deste Conselho Superior de Magistratura (CSM).

Apenas deve o CSM sublinhar que acompanha o princípio da relevância da resolução alternativa de litígios de consumo como solução extrajudicial simples, célere e acessível para resolver litígios entre consumidores e empresas.

Em síntese, alarga-se aos litígios de consumo em geral, o regime da arbitragem necessária, já previsto para os litígios referentes a serviços públicos essenciais, nos termos do art. 15º da Lei 23/96, de 26 de Julho.

A redacção do proposto art. 14º, nº5 da Lei nº 24/96 reproduz, aliás, aquele art. 15º da Lei nº 23/96.



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

Duas notas, apenas, se suscitam:

Em primeiro lugar, será necessária a rectificação do lapso material constante do art. 2º do Projecto: *Lei nº 24/96* e não *Lei nº 24/69*.

Em segundo lugar, os números 2, 3 e 4 do art. 14º da *Lei nº 24/96*, por força do artigo 25.º, n.º 1 do Decreto-Lei n.º 34/2008, de 26 de Fevereiro, encontram-se revogados.

Por essa razão, melhor seria atribuir aos nº 5 e 6 propostos a numeração seguinte à vigente: nºs 2 e 3.

A *vacatio* prevista respeita os requisitos exigidos pelo art. 2º da *Lei nº 74/98*, de 11 de Novembro (*Lei Formulária*), na versão revista pela *Lei nº 26/2006*, de 30/06 e, por isso, nada tem o CSM a opor ou apontar.

*

O Projecto de *Lei nº 439/XIII/2ª*, apresenta a seguinte exposição de motivos:

A legislação em vigor que regula a publicidade domiciliária impõe às entidades que promovam publicidade por telefone a criação e a manutenção de uma lista dos cidadãos que manifestem o desejo de não receber essa publicidade.

A responsabilidade pela feitura, manutenção e atualização daquela lista cabe às próprias entidades comerciais ou aos organismos que as representem.

Atualmente, a par da lista gerida pela Direção-Geral do Consumidor (DGC), existe uma lista mantida pela AMD - Associação Portuguesa de Marketing Direto, Relacional e Interativo através de protocolo de cooperação celebrado com a Direção-Geral do Consumidor.

A não obrigatoriedade de adesão à AMD e o número reduzido de entidades inscritas naquela associação leva a que grande parte do universo empresarial se encontre à margem desta conduta.

A existência de múltiplas listas, geridas por um interminável número de entidades às quais os consumidores não acedem, nem para delas constarem lhes foi



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

solicitado o seu consentimento, associado ao facto do desconhecimento generalizado sobre os mecanismos de inclusão nas referidas listas, tem gerado um sentimento de impunidade face às violações do direito à privacidade a que os consumidores têm estado sujeitos.

Com a presente iniciativa, o Grupo Parlamentar do PSD propõe a criação de um portal gerido e mantido pela Direção Geral do Consumidor com vista a assegurar uma real e efetiva protecção dos consumidores contra publicidade e ações comerciais telefónicas não solicitadas.

É o seguinte o texto apresentado:

Artigo 1.º

Publicidade por telefone

1 - Está sujeito a consentimento prévio e expresso do assinante ou do utilizador que seja pessoa singular a receção de comunicações telefónicas, não solicitadas, para fins de marketing direto.

2 - O fornecedor de determinado produto ou serviço que tenha obtido dos seus clientes, nos termos da Lei n.º 67/98, de 26 de outubro (Lei da Proteção de Dados Pessoais), no contexto da venda de um produto ou serviço, os números de telefone, pode utilizá-los para fins de marketing direto dos seus próprios produtos ou serviços análogos aos transacionados, desde que registe esse número na lista de comunicações telefónicas expressamente solicitadas, constante do Portal referido no artigo seguinte.

3 - O fornecedor de determinado produto ou serviço deve facultar aos clientes o endereço de Internet do Portal e outros meios de contacto válidos onde o destinatário se possa registar online ou remeter um pedido para pôr termo a comunicações previamente autorizadas.

Artigo 2.º

Portal de registo nacional de consumidores aderentes a publicidade telefónica



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

1 - Compete à Direção-Geral do Consumidor a criação, manutenção e divulgação de um portal que permita:

a) À entidade que promova a publicidade por telefone o registo e acesso à lista referida no n.º 2 do artigo anterior;

b) Ao assinante ou utilizador, registar os números de telefone nos quais já não pretenda receber comunicações telefónicas previamente autorizadas;

c) Ao assinante ou utilizador submeter queixa eletrónica.

2 - Compete à Direção-Geral do Consumidor manter atualizada a lista de âmbito nacional.

3 - Pelo acesso ao portal e inclusão consentida na lista referida não podem ser cobradas quaisquer quantias.

4 - As entidades que promovam publicidade por telefone são obrigadas a consultar a lista.

Artigo 3.º

Regulamentação

Cabe ao Governo regulamentar a presente lei no prazo de 90 dias a contar da data da sua entrada em vigor.

Artigo 4.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação

*

A opção de fundo, que vincula e fundamenta este projecto trata-se de opção política, da competência exclusiva do poder legislativo, alheia, por isso, às atribuições deste Conselho Superior de Magistratura (CSM).

Algumas dúvidas, contudo, se nos suscitam:



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

A circunstância do fornecedor de bens ou serviços registar o número de contacto do consumidor, permite aos restantes fornecedores o exercício de acções de marketing directo?

Parece que a resposta será negativa, pois relativamente a esses fornecedores não existe consentimento prévio e expresso.

Mas, nesse caso, o acesso livre a tal lista não potenciará o pedido de consentimento em massa, por parte dos outros fornecedores, a todos os números registados? Obtendo-se, dessa forma, o resultado distinto do pretendido, pois o consumidor será «bombardeado» com pedidos de consentimento, eventualmente enriquecidos com ofertas de marketing.

Para além disso, parece que o nº 4 do art. 2º fica aquém do pretendido, na medida em que no espírito do diploma a obrigação do fornecedor não será apenas a de consultar a lista (com que periodicidade e em que termos praticáveis?), mas, antes, de conferir ao registo do consumidor, previsto no nº 1, a) do mesmo preceito, ao meio de apresentação da revogação do consentimento antes concedido.

Mas essa revogação não será dirigida ao receptor originário desse consentimento, antes mediante inclusão num portal electrónico.

Ou seja, parece que o esquema pretendido será, antes: os fornecedores de produtos ou serviços apenas podem dirigir acções de marketing directo a números de telefone constantes como beneficiários de consentimento actual; tais fornecedores serão devedores de duas obrigações, quais sejam a inscrição do número no portal e a consulta desse portal com vista a confirmar se tal consentimento foi revogado, antes da implementação da acção de marketing.

Acrescido do risco, supra referido, de potenciamento de inclusão desses números em listas de eventuais prestadores de consentimento, será de ponderar se a opção se mostra adequada.

*

O Projecto de Lei nº 451/XIII/2ª, apresenta a seguinte exposição de motivos:

Já desde 1982 que os direitos dos consumidores têm expressão constitucional, no entanto, foi com a revisão de 1989 que estes passaram a pertencer à categoria de direitos e deveres fundamentais de natureza económica. Dispõe o artigo 60.º da CRP que “Os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

consumidos, à formação e à informação, à protecção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos.”

O Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça relativo ao processo n.º 99B869 , aborda a importância do direito à informação no quadro dos direitos dos consumidores, referindo que “O direito à informação importa que seja produzida uma informação completa e leal capaz de possibilitar uma decisão consciente e responsável, tudo com vista a habilitar o consumidor a uma decisão de escolha consciente e prudente.” E acrescenta “Numa área em que para além do combate à informação negativa, mentirosa, enganadora ou desleal, é crucial a obrigação geral de informação positiva que impende sobre os profissionais no seu interface (relações de consumo) com os consumidores, obrigação esta cuja matriz é o princípio da boa-fé, hoje expressamente consagrado no art. 9 da L 29/81 de 22-08” “e genericamente nos art.s 227, 239 e 762 do CCIV66 - conf., Calvão da Silva, in “Responsabilidade Civil do Produtor” - Coimbra - Almedina - 1990, pág. 78.”

Concluindo “Hoje, perante o reconhecimento dos direitos do consumidor em geral e do regime constante da Lei n. 24/96, de 31-07, parece indiscutível que é o fornecedor de bens ou serviços quem tem de informar de forma completa o consumidor, não sendo pois exigível - pois que normalmente em situação de desigualdade de poder e de conhecimentos económicos e técnicos em que se encontra perante profissionais que de outro modo poderiam aproveitar-se da sua ignorância, da sua inferioridade e da sua fraqueza - que seja este a tomar as iniciativas necessárias ao seu cabal esclarecimento”.

Também a Comunidade Europeia considerou este tema suficientemente importante para o incluir no Tratado da Comunidade Europeia, constando actualmente no artigo 169.º do Tratado de Funcionamento da União Europeia (ex-artigo 153.º do TCE), artigo com a epígrafe “A Defesa dos Consumidores” . Em suma, neste artigo, é defendido que União Europeia deve ter em conta os interesses dos consumidores, contribuindo para a protecção da saúde, da segurança e dos interesses económicos destes. Cabendo depois aos Estados-membros prosseguir as políticas da União, sendo admissível que estes mantenham ou introduzam medidas de protecção mais estritas, desde que compatíveis com os Tratados (n.º 4 do referido artigo).

Portugal veio a legislar sobre esta matéria em 1996, aprovando aquela que é conhecida como a Lei de Defesa do Consumidor, ou seja, Lei n.º 24/96, de 31 de Julho ,





CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

que vai já na sua sexta versão. Segundo o art. 3.º da referida lei, são direitos do consumidor: a protecção da saúde, a qualidade dos bens e a informação para o consumo (entre outros).

Sendo claro que o direito à informação é uma das componentes mais importantes daquilo que constitui os direitos dos consumidores, este ganha especial relevância quando se tratam de bens alimentares.

O Regulamento UE n.º 1169/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho, datado de 25 de Outubro de 2011, relativo à prestação de informação aos consumidores sobre os géneros alimentícios, transposto para a ordem jurídica portuguesa através do Decreto-Lei n.º 26/2016 de 9 de junho, tem como objectivo atingir um elevado nível de protecção da saúde dos consumidores e de garantir o seu direito à informação. Esta informação deve ser adequada por forma a que os consumidores tenham plena consciência dos bens que consomem. Esclarecendo e admitindo ainda que os consumidores podem ser influenciados nas suas escolhas por considerações de saúde, económicas, ambientais, sociais e éticas

Um dos princípios gerais da legislação alimentar consiste em fornecer aos consumidores uma base para que façam escolhas informadas em relação aos géneros alimentícios que consomem e para prevenir todas as práticas que possam induzir o consumidor em erro.

Dai a importância de garantir a segurança jurídica e reduzir a carga administrativa, e, por outro lado, os interesses dos cidadãos, ao prever a obrigatoriedade de rótulos claros, compreensíveis e legíveis para os alimentos.

Quando falamos em produção alimentar com recurso a organismos geneticamente modificados, sabemos que há alguma controvérsia no tema, nomeadamente devido à discussão sobre a perigosidade ou não do consumo do mesmos. Não sendo de todo nossa intenção debater essa questão agora mas tão-somente frisar a importância do direito à informação dos consumidores no que diz respeito ao consumo de OGMs.

A própria Directiva 2001/18/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 12 de Março de 2001 relativa à libertação deliberada no ambiente de organismos geneticamente modificados, refere que “O princípio da precaução foi tomado em conta na elaboração da presente directiva e deverá ser igualmente tomado em conta aquando da sua aplicação”, assim como “O respeito pelos princípios éticos



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

reconhecidos num Estado-Membro reveste-se de especial importância. Os Estados-Membros poderão tomar em consideração aspectos éticos quando sejam deliberadamente libertados ou colocados no mercado produtos que contenham ou sejam constituídos por OGM.”

Segundo a referida Directiva, para que não se verifiquem dúvidas junto dos consumidores, os produtos que contenham ou sejam constituídos por OGM devem ser identificados de forma adequada, devendo ter inscrita a expressão «este produto contém organismos geneticamente modificados», a qual deve constar de forma clara no rótulo ou no documento de acompanhamento.

No termos da referida Directiva, entende-se por organismo geneticamente modificado qualquer organismo, com excepção do ser humano, cujo material genético tenha sido modificado de uma forma que não ocorre naturalmente por meio de cruzamentos e/ou de recombinação natural.

A Directiva ora em análise foi transposta para a ordem jurídica portuguesa através do Decreto-Lei n.º 72/2003 de 10 de Abril. No mesmo, é referido que “A protecção da saúde humana e do ambiente exige uma atenção particular aos riscos relacionados com a utilização das biotecnologias, em particular dos novos produtos que resultam da alteração genética de seres vivos. A libertação no ambiente de organismos geneticamente modificados (OGM) e a comercialização de produtos que contenham ou sejam constituídos por OGM devem ser acompanhadas de instrumentos que proporcionem uma avaliação rigorosa dos riscos envolvidos. (...) Assim, tomando em consideração o princípio da precaução e a clarificação do âmbito de aplicação da Directiva n.º 90/220/CEE, a União Europeia adoptou a Directiva n.º 2001/18/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de Março, relativa à libertação deliberada no ambiente de OGM e que se acabou de mencionar.”

O artigo 26.º do referido decreto-lei, sob a epígrafe “rotulagem”, dispõe que “A autoridade competente assegura que em todas as fases de colocação no mercado a rotulagem e a embalagem dos produtos que contenham ou sejam constituídos por OGM estão em conformidade com os requisitos constantes da autorização referida no artigo 20.º.”

Outro Regulamento relevante nesta matéria é o Regulamento (CE) n.º 1830/2003 relativo à rastreabilidade e rotulagem de organismos geneticamente modificados (OGM) e à rastreabilidade dos géneros alimentícios e alimentos para





CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

animais produzidos a partir de OGM. Segundo este, o seu ponto-chave é a rastreabilidade, na medida em que esta é fundamental para fornecer aos consumidores e ao comércio de alimentos informações e salvaguardas acerca dos géneros alimentícios/alimentos para animais derivados de OGM, permitindo-lhe fazer escolhas esclarecidas com base numa rotulagem exata.

Existem três requisitos principais para os vendedores:

- Informar os compradores por escrito de que um produto contém OGM (ou fornecer uma «declaração de utilização» para os produtos destinados a géneros alimentícios ou a alimentos para animais);*
- Comunicar os identificadores únicos atribuídos a cada OGM ao abrigo do regulamento, (para géneros alimentícios e alimentos para animais);*
- Identificar cada um dos ingredientes produzidos a partir de OGM, se existir uma lista de ingredientes.*

Estas informações devem ser prestadas em cada fase das cadeias de produção e de distribuição e ser conservadas durante cinco anos.

Para além disto, as embalagens que chegam ao consumidor final ou os produtos pré-embalados que contenham OGM devem incluir o rótulo: «Este produto contém organismos geneticamente modificados [ou os nomes dos organismos]».

Também o Regulamento (CE) n.º 1829/2003 relativo a géneros alimentícios e alimentos para animais geneticamente modificados, estabelece regras sobre o modo como os organismos geneticamente modificados são autorizados e supervisionados e sobre a rotulagem dos géneros alimentícios e alimentos para animais geneticamente modificados.

Este Regulamento visa proteger: as vidas e a saúde da população; a saúde e o bem-estar animal; os interesses ambientais e dos consumidores. Aplica-se aos OGM utilizados em géneros alimentícios ou em alimentos para animais; aos géneros alimentícios ou alimentos para animais que contenham OGM; aos géneros alimentícios ou alimentos para animais produzidos a partir de ou que contenham ingredientes produzidos a partir de OGM, obrigando também a que a rotulagem contenha essa informação.

E após todas estas referências ao direito dos consumidores, à importância do direito à informação, ao princípio da precaução, ao facto de os consumidores terem o





CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

direito de fazer escolhas com base em princípios éticos, questionamo-nos, que sentido faz obrigar a que a rotulagem dos alimentos para animais de produção que contenham OGMs esteja sinalizada nos termos acima se essa informação nunca chegará ao seu consumidor final mas tão-somente ao produtor de animais?

Há claramente uma lacuna na lei no que diz respeito ao consumo de carne, leite e ovos cujos animais que lhes deram origem sejam alimentados com alimentos que contenham OGMs nos termos supra expostos.

De uma forma muito simples, a ração que contenha OGMs tem obrigatoriamente que conter essa informação apesar do seu principal consumidor serem os animais de produção, no entanto, após o seu abate e reencaminhamento para consumo humano, o consumidor de carne, que verdadeiramente é quem tem mais interesse em receber essa informação não tem sequer como chegar a ela. Este “detalhe” é relevante pois o consumidor de carne ou outro alimento de origem animal pode não saber que está a consumir um bem em que os OGMs fizeram parte da cadeia alimentar e esse pode ser um factor determinante para se abster do consumo desse bem.

Assim, sendo da nossa opinião que nem os aspectos éticos nem o princípio da precaução devem ser desprezados quando se discute o direito à informação e atendendo também ao facto de ser imperativo comunitário que a informação relativa a OGMs deva constar em todas as fases de colocação de produtos no mercado então só podemos concluir que essa obrigatoriedade se impõe também para a rotulagem de produtos de origem animal como é o caso da carne, leite e ovos, cujos animais tenham sido alimentados com géneros alimentícios que contenham OGMs, só assim se concretizando verdadeiramente o direito de informação preconizado em todos os diplomas legais, nacionais e comunitários, referidos.

*

É o seguinte o texto proposto:

Artigo 1º

Objecto

Reforça os direitos dos consumidores no que diz respeito ao consumo de bens alimentares.

Artigo 2º



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

Alterações ao Decreto-Lei n.º 26/2016 de 9 de Junho

É aditado o artigo 8.º - A ao Decreto-Lei n.º 26/2016, o qual terá a seguinte redacção:

«Artigo 8.º - A

Informação relativa à rotulagem de bens alimentares de origem animal

Todos os produtos de origem animal, cuja alimentação dos animais envolvidos tenha sido assegurada com recurso a géneros alimentícios que contenham organismos geneticamente modificados, devem conter a informação no rótulo «Produto proveniente de animais alimentados com recurso a OGM» e conter a descrição dos mesmos.»

Artigo 4.º

Regulamentação

A presente lei é regulamentada no prazo de 90 dias.

Artigo 5.º

Norma transitória

1 - Após a entrada em vigor do presente diploma, os produtores têm um prazo de 180 dias para procederem às correspondentes alterações, sendo que após o termo do referido prazo não é permitida a comercialização de produtos que não estejam conformes com a presente lei.

2 - Os produtos cujo embalamento seja anterior à data de entrada em vigor da presente lei e desde que em conformidade com a Lei n.º 26/2016 de 9 de Junho, podem ser comercializados durante o período de 365 dias.

Artigo 6.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

*



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

Também nesta situação, limita-se o CSM a chamar a atenção para a necessidade de correcção do lapso material no art. 5º, nº1 – *peritida* ao invés de *permitida*.

Em acréscimo, ficará aberta à discussão dos operadores económicos – produtores e distribuidores – a ponderação sobre os prazos de adaptação às novas regras de rotulagem.

Recorde-se que estão previstos 180 dias para alteração dos rótulos aos produtos embalados a partir da entrada em vigor e 365 para a comercialização dos produtos já embalados.

Será de ponderar se tais prazos não serão curtos em demasia.

*

Por fim, os Projectos de Resolução nº 717/XIII/2ª, 718/XIII/2º e 727/XIII/2ª.

Projecto de Resolução nº 717/XIII/2ª:

A Assembleia da República resolve, nos termos do disposto do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição da República Portuguesa, recomendar ao Governo que:

1 – Promova a criação de uma rede efetiva de Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo, com especialidades tanto em conciliação como em mediação de conflitos de consumo ante a natureza distinta que se lhes reconhece em confronto com os institutos em geral, e dotando-os dos recursos humanos, materiais e financeiros necessários.

2 – Proceda à constituição de uma entidade de integração e coordenação dos mesmos.

3 – Diligencie a harmonização de procedimentos em contraponto com as discrepâncias ora existentes e decorrentes de regulamentos privativos absolutamente desconexos.





CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

4 – *Fomente a harmonização de regras de competência dos centros de arbitragem em razão do valor, dada a pluralidade de regimes em vigor.*

5 – *Intente a elaboração de uma proposta de lei restrita a arbitragem de conflitos de consumo que uniformize processos e procedimentos, na sua essencial informalidade, suscetível de pôr termo as incongruências detetadas.*

6 – *Avalie a extensão da arbitragem necessária a outras categorias de pleitos de molde a tornar efetiva a sujeição aos procedimentos de resolução alternativa de determinados litígios de maior ocorrência, designadamente na área dos seguros obrigatórios, dos serviços mínimos bancários, do crédito ao consumidor, do crédito a habitação, entre outros.*

7 – *Estude a possibilidade, à luz da Diretiva 2013/11/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de maio de 2013, da gratuidade para o consumidor dos procedimentos de resolução alternativa de litígios.*

8 – *Proceda à harmonização de taxas, custos e custas, se a eles houver lugar, e das isenções respetivas.*

9 – *Realize a constituição de listas de conciliadores e mediadores dotados de habilitações reconhecidas oficialmente.*

10 – *Proceda à constituição de listas de assessores jurídicos para assistência aos consumidores, em particular nos pleitos em que empresas e empresários se façam acompanhar de advogados e por forma a repor as condições de igualdade de acesso aos procedimentos de resolução alternativa.*

11 – *Promova a divulgação adequada dos centros de arbitragem e mediação existentes, assim como a sua localização.*



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

12 – Diligencie no sentido da promoção da educação para o consumo e da divulgação dos procedimentos de resolução alternativa de litígios.

13 – Proceda à divulgação geral dos dados relativos aos procedimentos de resolução alternativa de litígios.

*

Projecto de Resolução nº 718/XIII/2ª:

A Assembleia da República resolve, nos termos do disposto do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição da República Portuguesa, recomendar ao Governo que:

1 – Desenvolva campanhas institucionais de promoção dos interesses e direitos do consumidor.

2 – Promova a clarificação, junto dos cidadãos, das competências das várias Entidades Reguladoras, da ASAE e da Direção-Geral do Consumidor, de forma simples e didática, sendo esta informação necessária face à complexidade existente na perceção das competências das várias entidades.

3 – Apoie as Associações de Defesa dos Consumidores na divulgação e na formação dos consumidores.

4 – Desenvolva ações junto do serviço público de rádio e de televisão para que sejam significativamente reforçados os espaços reservados para divulgação de campanhas de informação aos consumidores.

5 – Promova campanhas institucionais de informação sempre que novos diplomas legais respeitantes aos consumidores sejam publicados.



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

6 – *Elabore manuais explicativos dos direitos dos consumidores tendo como objetivo a sua divulgação pelas escolas e pela comunidade em geral, em linguagem acessível.*

7 – *Promova uma política nacional de formação de formadores e de técnicos especializados na área do consumo.*

8 – *Promova uma política educativa para os consumidores através da inserção nos programas e atividades escolares, bem como nas ações de educação permanente, matérias relacionadas com o consumo e os direitos dos consumidores.*

9 – *Com o apoio da Direção-Geral do Consumidor, desenvolva ações de capacitação e de informação junto das instituições da economia social, solicitando o apoio destas instituições na divulgação de informação aos consumidores.*

10 – *Envolve os vários ministérios, com particular relevância para os Ministérios da Economia, Administração Interna, Justiça, Educação e Segurança Social, na divulgação de campanhas institucionais de defesa do consumidor.*

11 – *Reforce as ações de fiscalização e de monitorização.*

*

PROJETO DE RESOLUÇÃO N.º 727/XIII/2ª

*RECOMENDA AO GOVERNO QUE PROMOVA UMA CULTURA DE
INFORMAÇÃO AO CONSUMIDOR MAIS EFICAZ*

Assim, e em face do exposto, o Grupo Parlamentar do CDS-PP, ao abrigo das disposições constitucionais e regimentais aplicáveis, recomenda ao Governo o seguinte:



CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

1. *Que acompanhe com regularidade a matéria da contratação à distância, promovendo a aplicação da Lei n.º 47/2014, de 28 de julho.*
2. *Que inicie um estudo que permita, a médio prazo, distinguir entre a energia que é consumida para aquecimento e arrefecimento da restante. Este caminho permitirá que no futuro estes consumos específicos e a fiscalidade a eles associada possa ser diferenciada.*
3. *Que promova medidas que, no prazo de um ano, aproximem o preço do gás de botija do preço do gás natural.*
4. *Que acabe com a fiscalidade extraordinária nos combustíveis.*
5. *Que promova novas regras que permitam ao consumidor identificar exatamente o que está a pagar em cada fatura.*
6. *Que estude a realidade dos contratos múltiplos, identificando as dificuldades que podem advir dos mesmos para o consumidor e para as entidades de fiscalização.*

*

Abstém-se o CSM de apresentar qualquer comentário adicional a este respeito, dada a natureza jurídica das Resoluções propostas, senão o reconhecimento genérico de que tais Resoluções não violarão princípios gerais internacionalmente propostos na matéria e normas constitucionais válidas.

Lisboa, 24 de Março de 2019





CONSELHO SUPERIOR DA MAGISTRATURA
GABINETE DE APOIO AO VICE-PRESIDENTE E MEMBROS DO CSM

O Gabinete de Apoio ao Vice-Presidente e aos Membros do CSM



**Nuno Luís Lopes
Ribeiro**
Adjunto

Assinado de forma digital por Nuno Luís
Lopes Ribeiro
6a91640192837589d6187bb9566b02282fc95cc5
Dados: 2019.03.26 16:35:59



