

## ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

### Lei n.º 12/2010

de 25 de Junho

**Segunda alteração ao Estatuto da Ordem dos Advogados, aprovado pela Lei n.º 15/2005, de 26 de Janeiro, transpondo para a ordem jurídica interna a Directiva n.º 2006/100/CE, do Conselho, de 20 de Novembro, reconhecendo os títulos profissionais búlgaros e romenos e permitindo o exercício da profissão de advogado em Portugal.**

A Assembleia da República decreta, nos termos da alínea c) do artigo 161.º da Constituição, o seguinte:

#### Artigo único

##### Alteração à Lei n.º 15/2005, de 26 de Janeiro

O artigo 196.º do Estatuto da Ordem dos Advogados, aprovado pela Lei n.º 15/2005, de 26 de Janeiro, e alterado pelo Decreto-Lei n.º 226/2008, de 20 de Novembro, passa a ter a seguinte redacção:

«Artigo 196.º

[...]

São reconhecidas em Portugal, na qualidade de advogados, e como tal autorizadas a exercer a respectiva profissão, nos termos dos artigos subsequentes, as pessoas que, nos respectivos países membros da União Europeia, estejam autorizadas a exercer as actividades profissionais com um dos títulos profissionais seguintes:

Na Bélgica — Avocat/Advocaat/Rechtsanwalt;  
 Na Dinamarca — Advokat;  
 Na Alemanha — Rechtsanwalt;  
 Na Grécia — διγγοκόγoy;  
 Em Espanha — Abogado/Advocat/Avogado/Abokatu;  
 Em França — Avocat;  
 Na Irlanda — Barrister/Solicitor;  
 Em Itália — Avvocato;  
 No Luxemburgo — Avocat;  
 Nos Países Baixos — Advocaat;  
 Na Áustria — Rechtsanwalt;  
 Na Finlândia — Asianajaja/Advokat;  
 Na Suécia — Advokat;  
 No Reino Unido — Advocate/Barrister/Solicitor;  
 Na República Checa — Advokát;  
 Na Estónia — Vandeadvokaat;  
 No Chipre — διγγοκόγoy;  
 Na Letónia — Zverinatats advokáts;  
 Na Lituânia — Advokatas;  
 Na Hungria — Ügyvéd;  
 Em Malta — Avukat/Prokuratur Legali;  
 Na Polónia — Advokat/Radca prawny;  
 Na Eslovénia — Odvetnik/Odvetnica;  
 Na Eslováquia — Advokát/Komer\*ý právník;  
 Na Bulgária — адвокат;  
 Na Roménia — Avocat.»

Aprovada em 12 de Maio de 2010.

O Presidente da Assembleia da República, *Jaime Gama*.

Promulgada em 14 de Junho de 2010.

Publique-se.

O Presidente da República, ANÍBAL CAVACO SILVA.

Referendada em 15 de Junho de 2010.

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

## Resolução da Assembleia da República n.º 58/2010

### Carta da Terra

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

a) Concretize o seu aval aos princípios da Carta da Terra;  
 b) As decisões políticas a tomar constituam um veículo de implementação da Carta da Terra, conformando-as com os seus princípios.

Aprovada em 28 de Maio de 2010.

O Presidente da Assembleia da República, *Jaime Gama*.

## PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS

### Resolução do Conselho de Ministros n.º 47/2010

A actividade de colocação de publicidade pelo Estado e outras entidades públicas, não obstante a sua vinculação às múltiplas regras gerais que disciplinam os diversos aspectos da mesma, nomeadamente as disposições do Código da Publicidade quanto ao conteúdo das mensagens publicitárias, as regras da contratação pública quanto à aquisição de espaços publicitários na comunicação social, ou as regras de colocação de publicidade na imprensa local e regional, fixadas no Decreto-Lei n.º 231/2004, de 13 de Dezembro, é matéria que pode beneficiar de algumas orientações que a adaptem às especificidades decorrentes dos conteúdos a divulgar e das entidades responsáveis pelos mesmos, nomeadamente no que respeita à publicidade institucional.

Assim sendo, e na linha do disposto no Programa do XVIII Governo Constitucional, que propugna pela necessidade de dotar de maior eficácia as regras sobre a distribuição da publicidade do Estado, a presente resolução visa edificar um conjunto de directrizes adequadas às especificidades das mensagens a transmitir em sede de publicidade institucional, apontando para o reforço da eficiência e da transparência na aquisição deste tipo de espaços publicitários.

Em primeiro lugar, e recolhendo recentes exemplos de direito comparado, a presente resolução determina quer os casos em que a publicidade institucional pode ter lugar, quer o tipo de publicidade que se deve ter por vedada, reforçando a vinculação à prossecução de interesses públicos relevantes na actividade de divulgação institucional desenvolvida por entidades públicas.

Neste quadro, são apontados como eixos fundamentais para a realização de acções de publicidade institucional:

i) A promoção da difusão e do conhecimento dos valores e dos princípios constitucionais da República Portuguesa e da União Europeia;

ii) A informação aos cidadãos das regras do funcionamento das instituições públicas e das condições de acesso e de utilização de serviços e de espaços públicos, bem como da realização de processos eleitorais e de consultas referendárias;

iii) A difusão do conteúdo essencial das alterações legislativas e regulamentares de carácter inovador;

iv) A divulgação de medidas de ordem e de segurança pública, de saúde pública, de campanhas de sensibilização de boas práticas e de prevenção de comportamentos de risco;

v) A divulgação do potencial turístico nacional e o apoio à internacionalização;

vi) A difusão da língua portuguesa e do património cultural português;

vii) A divulgação de planos, de programas, de instrumentos de incentivo e actuações públicas de relevante interesse económico, social, cultural ou ambiental e a prestação de informações com estes conexos; e ainda

viii) O cumprimento de outras obrigações de publicitação previstas na lei.

Estabelece-se ainda um conjunto claro de acções publicitárias que não devem ser admitidas, seja por substanciarem uma violação de princípios estruturantes da ordem jurídica, seja porque não se mostram ao serviço de qualquer interesse público relevante e atendível da entidade promotora.

Por último, no sentido de reforçar a transparência da actividade de aquisição de espaços publicitários, prevê-se a necessidade de inclusão nos relatórios de actividades anuais das entidades abrangidas pela presente resolução de uma secção específica, contendo de forma sintética uma análise das acções de publicidade institucional desenvolvidas, bem como a criação de uma base de dados gerida e carregada pelo Gabinete para os Meios de Comunicação Social com base nos elementos remetidos por aquelas entidades e constantes dos respectivos relatórios, facilitando a análise centralizada da actividade em questão.

Esta base de dados permite assegurar um duplo desiderato de reforço da transparência desta actividade, nomeadamente através do aumento da acessibilidade à informação pelo público, e de reforço da capacidade de acompanhamento do cumprimento das obrigações legais que impendem sobre essas entidades em matéria de publicidade das entidades públicas, mormente as que decorrem do regime jurídico de colocação de publicidade na imprensa e nas rádios locais e regionais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 231/2004, de 13 de Dezembro.

Assim:

Nos termos da alínea g) do artigo 199.º da Constituição, o Conselho de Ministros resolve:

1 — Fixar orientações para a colocação de publicidade institucional das seguintes entidades:

a) Estado;

b) Institutos públicos;

c) Empresas públicas concessionárias de serviços públicos, relativamente às respectivas obrigações de serviço público.

2 — Determinar que, para efeitos da presente resolução, se consideram como publicidade institucional quaisquer formas de comunicação realizadas pelas entidades referidas no número anterior mediante a aquisição onerosa de espaços publicitários, com o objectivo directo ou indirecto de promover iniciativas ou de difundir uma mensagem relacionada com os seus fins ou as suas atribuições.

3 — Definir que as campanhas de publicidade institucional se devem desenvolver na prossecução das atribuições próprias ou de competências delegadas da entidade promotora, quando fundadas razões de interesse público o

justificarem, devendo pautar-se pelos princípios da verdade e da transparência e, sempre que o seu objecto o permita, contribuir para fomentar a igualdade de género e para o respeito pela diversidade social e cultural existentes na sociedade.

4 — Estipular que a aquisição de espaços para publicidade institucional pode ter lugar para a prossecução, nomeadamente, dos seguintes objectivos:

a) Promover a difusão e o conhecimento dos valores e dos princípios constitucionais da República Portuguesa e da União Europeia;

b) Informar os cidadãos dos seus direitos e deveres constitucionais e legais, de aspectos relevantes do funcionamento das instituições públicas e das condições de acesso e de utilização de serviços e de espaços públicos;

c) Informar os cidadãos da realização de processos eleitorais e de consultas referendárias;

d) Difundir o conteúdo essencial das alterações legislativas e regulamentares que, pelo seu carácter inovador, de complexidade ou de repercussão social requeiram medidas complementares para o seu conhecimento cabal pela generalidade da população;

e) Promover consultas públicas sobre alterações legislativas e regulamentares ou sobre outros planos, programas ou políticas públicas;

f) Divulgar medidas de ordem e de segurança pública;

g) Divulgar informações relacionadas com a saúde pública;

h) Desenvolver campanhas de sensibilização de boas práticas e de prevenção de comportamentos de risco;

i) Divulgar o potencial turístico nacional e apoiar outros sectores económicos nacionais no exterior, bem como atrair investimento estrangeiro;

j) Difundir a língua portuguesa e o património cultural português;

l) Divulgar planos, programas, projectos de empreendimentos públicos, instrumentos de incentivo e medidas públicas de relevante interesse económico, social, cultural ou ambiental e os seus resultados, nomeadamente através da sua divulgação junto dos segmentos da população que deles possam beneficiar directa ou indirectamente;

m) Prestar informações ou esclarecimentos públicos relevantes, relativos às matérias referidas na alínea anterior;

n) Assegurar outras obrigações de publicitação previstas na lei.

5 — O disposto nos números anteriores não prejudica o exercício de formas de patrocínio ou parceria, devidamente identificadas, de programas ou de actividades cujo conteúdo ou objectivo estejam relacionados com o cumprimento das missões de serviço público da entidade patrocinadora ou que permitam valorizar a correspondente actividade de serviço público.

6 — Determinar que não é permitida a divulgação de comunicações publicitárias institucionais que:

a) Visem criticar, obstaculizar ou perturbar as políticas públicas ou qualquer outra actuação legitimamente conduzida por outro poder público no exercício das suas competências;

b) Incluam mensagens discriminatórias, nomeadamente de teor sexista, racista, homofóbico ou contrário aos princípios, valores e direitos constitucionalmente consagrados;

c) Incitem, de forma directa ou indirecta, à violência ou a comportamentos contrários à ordem jurídica;

d) Incluam símbolos, expressões, desenhos ou imagens que possam conduzir a confusão com qualquer formação política ou organização religiosa ou social.

7 — Estabelecer que as campanhas de publicidade institucional devem indicar claramente a sua natureza, identificando de forma perceptível aos destinatários a identidade da entidade promotora.

8 — Determinar que as campanhas de publicidade institucional devem assegurar a disponibilização dos seus conteúdos, sempre que possível, através de suportes adequados aos cidadãos com necessidades especiais.

9 — Determinar que as entidades públicas devem acompanhar a execução dos contratos celebrados neste âmbito, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade, com vista a assegurar níveis elevados de eficiência da aquisição publicitária e a recolha de elementos para os seus relatórios de actividades, bem como assegurar o estrito cumprimento das normas relativas à contratação de serviços de colocação de publicidade.

10 — Estipular que as entidades abrangidas pela presente resolução devem incluir no respectivo relatório de actividades uma secção especificamente dedicada à informação sintética sobre as iniciativas de publicidade institucional, nos termos definidos na regulamentação aplicável.

11 — Determinar que a matéria constante do relatório referido no ponto anterior, relativa à publicidade institucional, é anualmente remetida ao Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS), o qual integra a competente informação em base de dados electrónica de acesso geral.

12 — Determinar a necessidade dos dirigentes dos serviços e dos organismos abrangidos pela presente resolução integrarem na informação da publicidade institucional, referida nos números anteriores, os dados relativos ao cumprimento do Decreto-Lei n.º 231/2004, de 13 de Dezembro, que estabelece as regras aplicáveis à distribuição das acções informativas e de publicidade do Estado pelas rádios locais e pela imprensa regional.

13 — Conferir ao Ministro dos Assuntos Parlamentares, em articulação com os respectivos serviços técnicos e em execução das competências do GMCS relativas à base de dados da publicidade institucional do Estado e outras entidades públicas, a missão de desenvolver as diligências indispensáveis à criação da referida base de dados.

14 — Determinar que o GMCS elabora um relatório anual de avaliação do grau de cumprimento das presentes orientações, que remete à tutela até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

Presidência do Conselho de Ministros, 8 de Junho de 2010. — O Primeiro-Ministro, *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa*.

## MINISTÉRIO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS

### Aviso n.º 94/2010

Por ordem superior se torna público que, em 27 de Janeiro de 2010, a República da Lituânia depositou o seu instrumento de aceitação das Emendas à Convenção sobre o Controlo e Marcação de artigos de Metais Preciosos, adoptadas em Viena em 15 de Outubro de 2002.

Portugal é Parte das mesmas Emendas, aprovadas pelo Decreto n.º 2/2006, publicado no *Diário da República*, 1.ª série-A, n.º 2, de 3 de Janeiro de 2006, tendo depositado o seu instrumento de ratificação em 14 de Março de 2006, conforme o Aviso n.º 88/2009, publicado no *Diário da República*, 1.ª série, n.º 177, de 11 de Setembro de 2009.

Direcção-Geral dos Assuntos Técnicos e Económicos, 15 de Junho de 2010. — O Subdirector-Geral, *Miguel de Almeida e Sousa*.

### Aviso n.º 95/2010

Por ordem superior se torna público que, em 24 de Março de 2010, a República da África do Sul informou o Governo Suíço da retirada da espécie *Gastropoda Archaeogastropoda Haliotidae Haliotis midae* do anexo III da Convenção sobre o Comércio Internacional das Espécies de Fauna e Flora Selvagens Ameaçadas de Extinção (CITES), adoptada em Washington em 3 de Março de 1973.

Portugal é Parte da mesma Convenção, aprovada, para ratificação, pelo Decreto n.º 50/80, publicado no *Diário da República*, 1.ª série, n.º 168, de 23 de Julho de 1980, tendo depositado o seu instrumento de ratificação em 11 de Dezembro de 1980, conforme Aviso publicado no *Diário da República*, 1.ª série, n.º 260, de 11 de Novembro de 1981.

A retirada da referida espécie do anexo III entra em vigor para a República da África do Sul em 24 de Junho de 2010.

Direcção-Geral dos Assuntos Técnicos e Económicos, 15 de Junho de 2010. — O Subdirector-Geral, *Miguel de Almeida e Sousa*.

## MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, DO DESENVOLVIMENTO RURAL E DAS PESCAS

### Decreto-Lei n.º 78/2010

de 25 de Junho

O Decreto-Lei n.º 214/2008, de 10 de Novembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 316/2009, de 29 de Outubro, aprovou o regime de exercício da actividade pecuária (REAP) nas explorações pecuárias, entrepostos e centros de agrupamento, bem como o regime a aplicar às actividades de gestão, por valorização ou eliminação, dos efluentes pecuários, anexas a explorações pecuárias ou em unidades autónomas.

O presente decreto-lei associa três princípios de referência na abordagem comum de licenciamento: (i) o enquadramento das condições de localização das explorações pecuárias e seu relacionamento com instrumentos de gestão territorial; (ii) a definição de regimes de controlo prévio com diferentes graus de exigência em função dos riscos potenciais da actividade, e (iii) a consagração do «balcão