

# *FEDERAÇÃO PORTUGUESA DE TIRO*



## **REGULAMENTO DE PUBLICIDADE**

**28 DE JUNHO DE 2008**

## TÍTULO I – PARTE GERAL

### ARTIGO 1º

#### Objecto

O presente regulamento tem por objecto a disciplina do uso da publicidade afecta directa ou indirectamente à modalidade do Tiro Desportivo.

### ARTIGO 2º

#### Conceitos e abreviaturas

Para efeitos do presente regulamento entende-se por:

a) Publicidade ou actividade publicitária: Qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ou promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições;

b) Suporte publicitário: Todo o veículo utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;

c) Anunciante: A pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;

d) Destinatário: A pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem se dirige ou que por ela, de qualquer forma, seja atingida;

e) FPT: Federação Portuguesa de Tiro;

f) IDP: Instituto do Desporto de Portugal;

g) COP: Comité Olímpico de Portugal ;

h) COI: Comate Olímpico Internacional

i) ISSF: International Shooting Sport Federation;

j) ESC: European Shooting Federation;

k) SCM: Santa Casa da Misericórdia;

l) CT: Carreiras ou Campos de Tiro.

### ARTIGO 3º

#### Uso de publicidade no Tiro Desportivo

1. É permitido o uso de publicidade afecta directa ou indirectamente à prática da modalidade do Tiro, em conformidade com a Lei, com as normas emanadas pela ISSF, pelo COP e pelo COI e com as regras constantes do presente regulamento.

2. Nos eventos desportivos organizados ou directamente controlados pela FPT, as normas emanadas pela ISSF, pelo COP e pelo COI são subsidiárias em relação ao presente regulamento

## ARTIGO 4º

### Publicidade não permitida

1. Sem prejuízo do disposto na Lei, não será permitida, no âmbito deste regulamento, a publicidade que:

- a) Se socorra depreciativamente de instituições, símbolos nacionais ou religiosos ou personagens históricas;
- b) Favoreça ou estimule a violência e as actividades ilegais ou criminosas;
- c) Atente contra a dignidade humana ou contenha qualquer espécie de discriminação em virtude da raça ou do sexo ou tenha por objecto quaisquer ideias de conteúdo sindical, político ou religioso;
- d) Viole os princípios da ética desportiva ou da ética própria da modalidade desenvolvida sob a égide de FPT;
- e) Encoraje comportamentos prejudiciais à protecção do ambiente;
- f) Utilize linguagem obscena em qualquer idioma;
- g) Utilize a imagem ou as palavras de alguma pessoa sem a sua autorização.

2. Ainda sem prejuízo do disposto na Lei, não poderão ser objecto de publicidade no âmbito deste regulamento:

- a) As bebidas alcoólicas;
- b) O tabaco, independentemente do tipo;
- c) Os jogos de azar, enquanto alvo essencial da mensagem, salvo se patrocinados pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa ou por outras entidades oficiais;
- d) Qualquer tipo de publicidade que encoraje comportamentos prejudiciais à saúde e segurança do destinatário.

## ARTIGO 5º

### Menores

Sem prejuízo do disposto na Lei relativamente às restrições da publicidade no que concerne aos menores, estão proibidos de ser intervenientes principais nas mensagens publicitárias em que não se verifique uma relação directa entre eles e o produto ou serviço veiculado.

## ARTIGO 6º

### Incompatibilidades Funcionais

É proibido o uso de publicidade por árbitros ou outros agentes desportivos cuja natureza das funções que se encontrem a desempenhar seja incompatível com o uso de publicidade.

## ARTIGO 7º

### Competências da Direcção da FPT

Compete à Direcção da FPT conceder ou denegar autorização para uso de qualquer tipo de publicidade pelos agentes desportivos ou no seu interesse, nos termos definidos neste regulamento.

## ARTIGO 8º

### Requerimentos

1. Os requerimentos, pedidos ou quaisquer documentos dirigidos à Direcção da FPT visando autorização para o uso de publicidade deverão descrever pormenorizadamente o seu tipo, com indicação dos símbolos ou inscrições publicitárias, forma, extensão, cor, dimensões, e outras que a definam ou caracterizem.

2. Quando se trate da exposição de artigos destinados à prática da modalidade, deverá o requerente informar quais.

## ARTIGO 9º

### Contratos de Publicidade

1. Os contratos, convénios, protocolos ou quaisquer acordos celebrados ou a celebrar pelos agentes desportivos para uso de publicidade serão necessariamente levados ao conhecimento da Direcção da FPT, na sua versão integral e independentemente da sua natureza ou forma, para que esta se pronuncie sobre a conformidade, ou não, do tipo e uso de publicidade neles previsto e as regras constantes do presente regulamento.

2. Os contratos, convénios ou acordos que forem celebrados sem o consentimento prévio da Direcção da FPT só produzirão efeitos para este órgão após a sua expressa ratificação.

3. Independentemente da sua autorização ou ratificação, a Direcção da FPT não é responsável nem competente em caso de litígio decorrente de contratos, convénios, protocolos ou quaisquer acordos entre os agentes desportivos e o anunciante.

## ARTIGO 10º

### Prazos

1. A Direcção da FPT deliberará sobre o deferimento ou indeferimento de pedidos ou requerimentos para uso de publicidade, no prazo de 30 dias contados a partir da data de recepção na secretaria da FPT.

2. O prazo referido no número anterior é alargado a 60 dias se o pedido for apresentado no período compreendido entre 01 de Julho e 30 de Setembro.

## ARTIGO 11º

### Notificação e Fundamentação

1. O despacho de deferimento ou indeferimento é comunicado por escrito ao requerente no prazo de cinco (5) dias após deliberação da Direcção da FPT.
2. No caso de indeferimento, total ou parcial, o despacho será sempre fundamentado.

## ARTIGO 12º

### Deferimento tácito

A autorização para o uso de publicidade é tacitamente concedida se a Direcção da FPT nada comunicar ao requerente nos prazos referidos no art. 10º deste regulamento, salvo se o uso da publicidade em questão for ilegal, nos termos do presente regulamento e da legislação acessória.

## ARTIGO 13º

### Reclamação

1. Da deliberação da Direcção da FPT que negue total ou parcialmente autorização para uso de publicidade ou celebração de acordos publicitários ou sua posterior ratificação, cabe reclamação para o mesmo órgão para o Conselho Jurisdicional da FPT.
2. A reclamação deverá ser apresentada no prazo de 15 dias após notificação do respectivo despacho de indeferimento e deverá expor sumariamente as razões de facto e de direito que a sustentam.
3. A Direcção da FPT reunirá obrigatoriamente no prazo de 15 dias para apreciar a reclamação e comunicará, em 5 dias, a respectiva deliberação ao reclamante.
4. A ausência de notificação nos termos do número anterior equivale ao não provimento da reclamação com os fundamentos constantes do despacho reclamado.

## ARTIGO 14º

### Efeitos de Impugnação

A reclamação e o recurso têm efeito meramente devolutivo salvo se outra coisa for deliberada pela Direcção ou pelo Conselho Jurisdicional, respectivamente, a título oficioso ou a requerimento do interessado.

## TÍTULO II – PARTE ESPECIAL

### CAPÍTULO I – PUBLICIDADE NAS CARREIRAS DE TIRO

#### ARTIGO 15º

##### Autorização Genérica

1. Sem prejuízo do disposto no Título I deste Regulamento, é autorizado o uso de publicidade nas CT onde se realizem competições disputadas sob a égide da FPT constantes do calendário oficial.
2. No caso das exposições ou exibições de artigos destinados à prática da modalidade, o expositor apenas poderá ocupar o espaço exterior que lhe for destinado.
3. No caso da publicidade através de faixas, cartazes ou outros meios, colocados no interior das CT, não poderão os mesmos, em virtude do material utilizado ou da sua textura, ou ainda pelo meio como for fixada, prejudicar os concorrentes.
4. No caso dos pavilhões polidesportivos cedidos por entidades alheias à FPT para a realização de competições, deverá ser analisada a situação prevista no número anterior, solicitando a quem de direito a sua remoção, se absolutamente necessária, durante o período da competição.
5. As entidades que, nos termos estatutários, sejam incumbidas pela FPT de realizar eventos desportivos, estão sujeitas ao presente regulamento.

#### ARTIGO 16º

##### Emblemas

1. O emblema nacional é usado no lado esquerdo do peito, em todo o vestuário utilizado para representação, passeio ou competição.
2. O nome do país, quando utilizado, deve ser colocado nas costas do vestuário que o suporta.
3. Nas competições, demonstrações, exibições ou quaisquer eventos desportivos em que os atiradores não actuem integrados na Selecção Nacional ou em representação do País, poderá o emblema nacional ser substituído pelo emblema do Clube ou da Associação de Clubes que representam.
4. Quando usados mais do que um emblema, o do organismo hierarquicamente superior deve ser usado do lado esquerdo do peito.

#### ARTIGO 17º

##### Marca do Fabricante

Sem prejuízo das disposições da ISSF, ESC, COP e COI, quando aplicáveis, o vestuário utilizado em competição pode conter o nome do fabricante, numa faixa com as dimensões máximas de 12x5 cm.

## ARTIGO 18º

### Dorsais

1. Os dorsais serão quadrados ou retangulares e ter a dimensão mínima de 29x21 cm e máxima de 32x32 cm.
2. O dorsal é dividido em três partes, destinando-se a zona superior ao nome do Clube, Associação de Clubes ou FPT, cujos caracteres não poderão exceder os 4x4 cm, a zona central ao número de competidor, cujos algarismos não poderão ser inferiores a 10 cm e a zona inferior, destinada ao nome da competição ou ao nome ou sigla do patrocinador do evento desportivo, com letras ou símbolos não superiores a 4x4 cm.
3. Os dorsais, com excepção do número de competidor, têm de ser rigorosamente iguais para todos os competidores.
4. Quando aplicável, o espaço destinado ao número pode ser substituído pela sigla do POR, internacionalmente aceite como designação do país.

## ARTIGO 19º

### Nome do Atirador

1. Os atiradores podem afixar o seu nome:
  - a) Na parte detrás do casaco, camisola ou blusão de tiro, no sentido longitudinal, desde que o comprimento do nome não ultrapasse 30 cm e as letras não excedam os 5 cm de altura;
  - b) Na perna das calças, no sentido vertical, desde que o comprimento do nome não ultrapasse 30 cm e as letras não excedam os 5 cm de altura;
2. O nome pode ser estampado, bordado ou cosido, devendo ser igual ao que consta das listas de concorrentes.

## ARTIGO 20º

### Apoios pessoais a Atiradores

Os atiradores que disponham de apoios pessoais de fabricantes ou outras entidades, designados por "sponsors", podem usar a designação ou sigla dos mesmos nas armas e no equipamento.

## CAPÍTULO II – PUBLICIDADE EM RECINTOS DESPORTIVOS

### ARTIGO 21º – (Autorização Genérica)

É autorizado o uso de publicidade, sem prejuízo do disposto no Título I deste Regulamento, nos recintos desportivos ou outros locais onde se realizem competições, demonstrações, exibições ou qualquer tipo de espectáculo público de Judo, de acordo com as regras constantes do presente capítulo.

### ARTIGO 22º – (Responsabilidade do Organizador)

1. O uso de publicidade em recintos onde se desenrolem eventos de Judo é da inteira responsabilidade da entidade ou entidades que organizem o respectivo evento.
2. A entidade organizadora de um evento de Judo deverá solicitar à Direcção da FPT autorização, não só para a aposição da publicidade que contratou, mas também para a publicidade que, por qualquer motivo, se encontre exposta no recinto durante a realização do evento.
3. A existência de publicidade no local destinado à realização do evento de Judo, mesmo que contratada ou aposta por qualquer entidade alheia à FPT, inviabiliza a realização do respectivo evento nesse local, desde que contrária ao estabelecido neste Regulamento, sob pena de entidade organizadora poder ser responsabilizada por uso de publicidade não autorizada.

### ARTIGO 23º – (Paredes, Tectos e Entradas)

O uso de publicidade nas paredes, tectos, entradas e noutros locais análogos dos recintos desportivos, ou não especialmente regulados no presente Regulamento, é livre desde que não impeça ou perturbe a normal organização do evento, a boa visibilidade pelos espectadores e o seu registo pelos órgãos de 49

### ARTIGO 24º – (Documentos Escritos)

Sem prejuízo do disposto no Título I deste Regulamento, e autorizado o uso de publicidade em cartas, ofícios, sobrescritos, convites, cartões, bilhetes e quaisquer outros documentos escritos emitidos, usados ou divulgados por agentes desportivos da FPT, desde que essa publicidade não impeça ou dificulte a leitura do documento ou de alguma forma inviabilize o fim a que se destina.

### ARTIGO 25º – (Suportes Publicitários não Previstos)

O uso de publicidade em suportes publicitários que não se encontrem especialmente previstos no Título II deste Regulamento será regulado com recurso à analogia e de acordo com o juízo de equidade dos órgãos estatutários que deliberem sobre cada caso concreto.



### TÍTULO III – SANÇÕES

#### ARTIGO 26º – (Faltas Leves)

O uso de publicidade por agentes desportivos da FPT sem prévio pedido à respectiva Direcção ou a violação do preceituado nos artigos constantes do Título II deste Regulamento, é punível com penas de admoestação ou repreensão escrita, desde que da falta não advenham graves consequências para a FPT ou para outrem.

#### ARTIGO 27º – (Faltas Graves)

1. São puníveis com penas de multa ou suspensão até um ano:

a) As faltas enumeradas no artigo anterior, com graves consequências para a FPT ou para outrem ou no caso de reincidência dentro do prazo de um ano.

b) A violação do preceituado nos artigos 4º, 5º e 6º deste Regulamento, sem graves consequências para a FPT ou para outrem.

2. A pena de multa será fixada de acordo com as regras constantes do Regulamento Disciplinar da FPT, sem prejuízo do disposto nos números seguintes.

3. A pena de multa poderá ter por limite o valor pecuniário auferido pelo ou pelos agentes desportivos, em virtude do uso de publicidade não permitida, desde que o referido valor se encontre provado nos respectivos autos.

4. Sem prejuízo do disposto no número anterior, a pena de multa poderá ainda ser elevada até ao dobro em caso de reincidência dentro do prazo de um ano, se ao infractor não foi anteriormente aplicada pena de suspensão.

#### ARTIGO 28º – (Faltas Muito Graves)

1. É punível com pena de suspensão de uma a três anos a violação do preceituado nos art. 4º, 5º e 6º deste Regulamento, se.

a) Dessa violação advierem graves consequências para a FPT ou para outrem;

b) A violação tiver sido precedida de indeferimento do uso dessa publicidade por deliberação da Direcção e/ou do Conselho Jurisdicional da FPT;

c) Houver reincidência, dentro do prazo de um ano, tendo sido o infractor já punido com pena de suspensão.

#### ARTIGO 29º – (Responsabilidade)

São punidos como co-autores as pessoas que beneficiem com o uso de publicidade não permitida e aquelas que divulgaram a mensagem publicitária – caso não sejam pessoas coincidentes – salvo se estas últimas demonstrarem não terem agido com dolo.

#### ARTIGO 30º – (Apreensão de Publicidade)

Os suportes publicitários que veiculem mensagens não permitidas e susceptíveis de lesarem gravemente os interesses da FPT ou de outrem, poderão ser objectivo de medida de apreensão, a deliberar pela entidade competente para a aplicação das sanções.

#### ARTIGO 31º – (Regime Substantivo)

Ressalvadas as disposições dos artigos antecedentes, serão aplicáveis subsidiariamente as normas constantes do Regulamento Disciplinar da FPT.

#### ARTIGO 32º – (Aplicação de Sanções)

As sanções previstas no presente Título serão aplicadas pelo Conselho Disciplinar da FPT.

#### ARTIGO 33º – (Normas Processuais)

A instrução dos processos, por violação das regras constantes do presente Regulamento, reger-se-á pelas normas constantes do Regulamento Disciplinar da FPT.

### TÍTULO IV – DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

#### ARTIGO 34º – (Despesas)

1. As despesas decorrentes da afixação de publicidade serão sempre da responsabilidade das pessoas individuais ou colectivas que dela directamente beneficiam.
2. Os atiradores não podem ser obrigados a usar publicidade contratada pela FPT, pelo Clube ou outras entidades, se não lhes for fornecido o respectivo equipamento ou criadas condições análogas para o seu uso.

#### ARTIGO 35º – (Registo)

Será organizado na Secretaria da FPT um registo de todos os pedidos de uso de publicidade, assim como cópias ou transcrições certificadas dos extractos das actas em que foram autorizados ou denegados tais pedidos, e ainda os Acórdãos dos Conselhos Disciplinar e Conselho Jurisdicional relacionados com publicidade.

#### ARTIGO 36º – (Destino das Multas)

O montante das multas aplicadas nos termos deste Regulamento reverterá para a FPT e será destinado à promoção do Judo Português.

#### ARTIGO 37º – (Disposições Transitórias)

1. Os agentes desportivos ficam obrigados a comunicar Direcção da FPT, no prazo de 60 dias após a data de entrada em vigor deste Regulamento, toda a publicidade que tiverem contratado ou de alguma forma acordado antes dessa data.
3. Manter-se-ão em vigor os contratos, acordos ou convénios já celebrados por agentes desportivos, desde que não violem a Lei, as normas impostas pelas instâncias internacionais ou

o estatuído nos artigos 4º, 5º e 6º deste Regulamento, até um ano após a data da sua entrada em vigor

ARTIGO 38º – (Casos Omissos)

Todos os casos omissos serão resolvidos pela Direcção da FPT.

ARTIGO 39º – (Entrada em Vigor)

Este Regulamento entre em vigor com a sua aprovação em Assembleia-geral da FPT.