

**Ministério da Educação e Investigação Científica:**

Portaria n.º 139-A/73:

Regulamenta o plano dos cursos especiais criados pelo Decreto-Lei n.º 111/76, de 7 de Fevereiro.

*Nota.* — Foi publicado um 2.º suplemento ao *Diário do Governo*, n.º 63, de 15 de Março de 1976, inserindo o seguinte:

**Ministérios da Administração Interna, das Finanças e dos Assuntos Sociais:**

Portaria n.º 144/76:

Manda aprovar o quadro do pessoal do Lar Residencial de Alcobaça.

Portaria n.º 145/76:

Manda aprovar o quadro do pessoal do Lar Residencial das Fontainhas.

Portaria n.º 146/76:

Manda aprovar o quadro do pessoal da Mansão de Santa Maria de Marvila.

Portaria n.º 147/76:

Manda aprovar o quadro do pessoal dos Recolhimentos da Capital.

**PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS****Decreto-Lei n.º 637/76**

de 29 de Julho

O fenómeno da publicidade tem na vida moderna um grande relevo no que respeita ao equilíbrio social e da paisagem, à cultura, à linguagem e aos costumes.

A publicidade transformou-se num dos fenómenos mais característicos das sociedades de consumo, através da qual as populações são conduzidas a optar, mais ou menos inconscientemente, pela aquisição dos mais diversos, e por vezes supérfluos, bens e serviços.

No aspecto funcional, no aspecto psicológico e até no domínio estético, existem sem dúvida vantagens na publicidade, desde que esta seja controlada por via de regras tendentes a aumentar as suas vantagens e a reduzir os inconvenientes que dela derivam.

Se dentro de certos limites a publicidade pode ser aceitável, ela torna-se profundamente alienante quando penetra maciçamente em todos os sectores do ambiente que rodeia o homem.

Nos últimos anos verificou-se uma condenável apropriação, por parte de anúncios, tabuletas, letreiros, cartazes, etc., quer dos mais característicos trechos dos aglomerados urbanos, muitas vezes sem respeito pela própria ambiência dos monumentos históricos, quer de paisagem e sítios de assinalado valor cultural e/ou estético.

No nosso país, a publicidade ao longo das estradas nacionais, com ou sem carácter comercial, foi condicionada pela Lei n.º 2037, de 19 de Agosto de 1949, que a autorizava, a título precário, em determinadas condições desde que esteticamente aceitável e sem prejuízo para a segurança rodoviária ou para o aspecto da paisagem.

Mais recentemente, o Decreto-Lei n.º 13/71, de 13 de Janeiro, veio permitir, em certos casos, a colo-

cação de publicidade a 50 m do limite da plataforma da estrada.

O abrandamento das medidas restritivas reflectiu-se logo na proliferação de publicidade ao longo das estradas, com os inevitáveis prejuízos.

À adulteração de panorâmicas e ao comprometimento do ambiente aliam-se muitas vezes os inconvenientes de riscos para a própria segurança de pessoas e bens, quando, por exemplo, a publicidade se estende ao longo das rodovias, em condições de poder desviar para ela a atenção dos condutores de veículos automóveis, criando condições propícias à eclosão de acidentes.

Torna-se, portanto, da maior oportunidade a promulgação de medidas que visem alterar este processo que se vem desenvolvendo no nosso país, condicionando a publicidade dentro de limites que não afectam de forma relevante o ambiente em que vive o povo português, e que se pretende que seja o mais são e livre possível.

Também a Lei n.º 9/70, de 19 de Junho, que veio atribuir ao Governo a incumbência de promover a protecção da Natureza e dos seus recursos, em especial pela criação de parques naturais e outros tipos de reservas, veio permitir o condicionamento da publicidade das zonas a que se refere, verificando-se que por via de vários outros diplomas tal condicionamento se transformou em realidade.

Estão neste caso os que estabelecem zonas de protecção da Natureza a monumentos nacionais e a outros imóveis de interesse público, assim como a conjuntos florestais e jardins neles incluídos.

Nota-se, contudo, a falta de um tratamento global da publicidade, tendo em vista a protecção do ambiente, até porque fora das áreas referidas a publicidade exterior exerce-se mais ou menos livremente, ou em conformidade com posturas municipais elaboradas segundo ópticas muito diversas.

Por último, há que definir as regras fundamentais a que deve obedecer a publicidade, abstraindo mesmo da sua influência no meio físico exterior, regras essas que nunca até agora constituíram objecto de qualquer diploma legal.

São princípios muito genéricos, mas inteiramente válidos, e que têm vindo a ser acatados pela grande maioria dos estados civilizados.

Em tais circunstâncias, torna-se necessário definir critérios e estabelecer princípios controladores da actividade publicitária em todo o território nacional, tendo em vista não somente a protecção do ambiente físico, mas todas as implicações morais, culturais e sociais inerentes ao fenómeno de publicidade.

Nestes termos:

Usando da faculdade conferida pelo artigo 3.º, n.º 1, alínea 3), da Lei Constitucional n.º 6/75, de 26 de Março, o Governo decreta e eu promulgo, para valer como lei, o seguinte:

**ARTIGO 1.º****Publicidade nas áreas urbanas**

1. A afixação de publicidade nas áreas urbanas, em lugares públicos ou destes perceptível, de carácter comercial, através de inscrições, tabuletas, anúncios, cartazes ou outros objectos ou da emissão por meios mecânicos ou eléctricos de sons e imagens destinados

a chamar a atenção, só poderá efectuar-se com observância das disposições do presente diploma.

2. A matéria deste artigo não abrange a imprensa, o cinema, a rádio e a televisão.

#### ARTIGO 2.º

##### Publicidade fora das áreas urbanas

1. A produção de publicidade fora das áreas a que se refere o artigo anterior, tenha ou não carácter comercial e através dos mesmos objectos ou meios, é proibida, com excepção da que se destina a identificar instalações públicas ou particulares, da que diga respeito a actividades de interesse geral integradas nos prédios rústicos ou urbanos em que for exercida e dos anúncios temporários de venda ou arrendamento desses prédios, quando neles localizados.

2. O disposto no número anterior é aplicável à publicidade que, produzida dentro das áreas urbanas, seja perceptível do exterior.

#### ARTIGO 3.º

##### Regimes de licenciamento e de aprovação

1. Salvo o disposto no n.º 3, a produção da publicidade, nos casos em que pode efectuar-se, depende de licença da câmara municipal do local em que for produzida ou de simples aprovação desta se for da iniciativa de uma pessoa colectiva de direito público.

2. As licenças serão sempre concedidas pelo prazo máximo de um ano, renovável, a título precário.

3. O disposto nos números anteriores não se aplica à simples afixação de cartazes, a qual ficará apenas dependente, para efeitos de registo e arquivo, de comunicação escrita à câmara municipal, acompanhada de dois exemplares, a efectuar com antecedência não inferior a vinte e quatro horas.

#### ARTIGO 4.º

##### Processo de autorização

1. O pedido de licenciamento ou de aprovação será dirigido ao presidente da câmara.

2. A deliberação da câmara deverá ser precedida:

- a) De parecer dos serviços técnicos municipais, incluídos os gabinetes de planeamento e de apoio técnico, quando existirem;
- b) De consulta às juntas de freguesia.

3. A licença ou aprovação não poderá ser concedida sem prévio parecer favorável das entidades com jurisdição nos locais onde a publicidade for perceptível, nomeadamente da Junta Autónoma de Estradas, da Direcção-Geral dos Serviços Florestais, da Direcção-Geral de Transportes Terrestres e da Direcção-Geral de Turismo.

4. O parecer referido no número anterior, caso não seja emitido no prazo máximo de quinze dias, será tido como favorável.

5. As licenças ou aprovações municipais emitidas com prejuízo do disposto no n.º 3 são nulas e de nenhum efeito.

6. Deverão ser enviados dois exemplares dos cartazes ao Conselho Nacional de Publicidade.

#### ARTIGO 5.º

##### Proibições e condicionamentos

1. A publicidade não poderá ser licenciada ou aprovada nos casos seguintes:

- a) Quando provocar obstrução de perspectivas panorâmicas de valor ou afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou das paisagens;
- b) Quando prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros susceptíveis de serem classificados pelas entidades públicas, desde que previamente inventariados nos termos do n.º 3 do artigo 6.º;
- c) Quando causar prejuízos a terceiros;
- d) Quando afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente em circulação rodoviária ou ferroviária;
- e) Quando apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização do tráfego;

2. Poderão ser negadas ou, quando mais conveniente, condicionadas as licenças ou aprovações da publicidade que ficar deslocada, porque não integrada nas áreas destinadas para o efeito, ou localizada em áreas a defender, fixadas, umas e outras, em prévia deliberação da câmara municipal, nos termos do n.º 3 do artigo 6.º

3. As resoluções devem ser convenientemente fundamentadas, indicando os motivos determinantes da aplicabilidade do preceituado nos números anteriores.

4. A afixação de cartazes não poderá efectuar-se com prejuízo do disposto nos n.ºs 1 e 2 anteriores, na parte aplicável.

5. Quando for violado o disposto no número anterior, os cartazes poderão ser retirados, a expensas do promotor, pela câmara municipal ou por qualquer das entidades a que se refere o n.º 3 do artigo 4.º

#### ARTIGO 6.º

##### Actos genéricos municipais

1. As câmaras municipais poderão publicar regulamentos locais sobre afixação de publicidade.

2. As posturas actualmente existentes manter-se-ão em vigor em tudo quanto não ficar prejudicado pelo presente diploma.

3. As câmaras municipais deverão determinar, no prazo de seis meses, a contar da data da entrada em vigor do presente diploma, os edifícios e as áreas a que se referem a parte final da alínea b) do n.º 1 e o n.º 2 do artigo anterior.

4. As câmaras municipais, ao fixarem áreas destinadas à publicidade, poderão determinar a realização de estudos de conjunto do seu aproveitamento para esse fim.

#### ARTIGO 7.º

##### Licenciamento das obras

Se a produção de publicidade exigir a execução de obras de construção civil sujeitas a licença, terá esta de ser obtida, cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

## ARTIGO 8.º

**Responsabilidade solidária**

Os anunciantes e as empresas de publicidade são solidariamente responsáveis pela indemnização dos prejuízos causados a terceiros por essa publicidade.

## ARTIGO 9.º

**Sanções**

1. A produção de publicidade em contração dos preceitos do presente diploma será punida com multa de 5000\$ a 50 000\$, agravada para o dobro em caso de reincidência.

2. Os autos de infracção serão levantados e remetidos a juízo pelas câmaras municipais ou por qualquer das entidades a que se refere o n.º 3 do artigo 4.º

## ARTIGO 10.º

**Suspensão, embargo e demolição**

As câmaras municipais e as entidades a que se refere o n.º 3 do artigo 4.º são competentes para ordenar a suspensão da produção de publicidade e para embargar ou demolir obras para fins de publicidade, quando for violado o disposto no presente diploma.

## ARTIGO 11.º

**Disposição transitória**

1. As câmaras municipais e as demais entidades a que se refere o n.º 3 do artigo 4.º poderão promover a retirada da publicidade actualmente existente, a fim de dar satisfação aos fins prosseguidos pelo presente diploma, sem prejuízo das indemnizações a que eventualmente haja direito.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros. — *Vasco Fernando Leote de Almeida e Costa — João de Deus Pinheiro Farinha — António Poppe Lopes Cardoso — Joaquim Jorge de Pinho Campinos — Eduardo Ribeiro Pereira — José Augusto Fernandes.*

Promulgado em 13 de Julho de 1976.

Publique-se.

O Presidente da República, FRANCISCO DA COSTA GOMES.

**Secretaria-Geral**

Segundo comunicação do Ministério dos Transportes e Comunicações, o Decreto-Lei n.º 211/76, publicado no *Diário da República*, 1.ª série, n.º 69, de 22 de Março, e cujo original se encontra arquivado nesta Secretaria-Geral, saiu com a seguinte inexactidão, que assim se rectifica:

Na alínea *a*) do artigo 4.º, onde se lê: «... empresas de aprisionamento, ...», deve ler-se: «... empresas de aprovisionamento, ...»

Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros, 16 de Julho de 1976. — O Secretário-Geral, *Manuel Roque*.

**MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E TECNOLOGIA****Despacho**

Nitratos de Portugal apresentou à Secretaria de Estado da Indústria Pesada um programa de investimentos integrando projectos de novas instalações, assim como a substituição e ampliação de algumas instalações já existentes.

Apreciados os relatórios individuais dos diversos projectos em que estão explicitados os benefícios de natureza técnica, económica, financeira e social decorrentes da sua concretização e considerada a inserção destes na política industrial nacional do sector adubeiro, decide-se:

1. Aprovar, nas condições propostas pela empresa, a concretização imediata da instalação de concentração de ácido nítrico, no montante global de 10 000 contos.

2. Recomendar à empresa que proceda a um rápido aprofundamento dos estudos relativos às propostas de investimento a seguir indicadas, com vista à apresentação da respectiva fundamentação económico-financeira, actualmente ainda não existente:

- a) Fabrico de oxiclureto de cobre;
- b) Laboratório industrial de produção;
- c) Derivados terpénicos;
- d) Fabrico de tripolifosfato de sódio.

3. Submeter os projectos propostos por Nitratos de Portugal e pertencentes especificamente ao sector adubeiro, nomeadamente:

- Fabrico de ácido nítrico;
- Purificação de ácido fosfórico;
- Fabrico de polifosfato de amónio;
- Fabrico de nitrato de cálcio;
- Fabrico de adubos compostos;

à Comissão de Reestruturação da Indústria dos Adubos ou à empresa nacional de adubos a criar num futuro próximo, que os deverá apreciar devidamente inseridos na política do sector e propor as soluções consideradas mais vantajosas de um ponto de vista nacional.

Ministério da Indústria e Tecnologia, 13 de Julho de 1976. — O Secretário de Estado da Indústria Pesada, *Alfredo Jorge Nobre da Costa*.

**MINISTÉRIOS DA INDÚSTRIA E TECNOLOGIA,  
DA AGRICULTURA E PESCAS  
E DO COMÉRCIO INTERNO****Portaria n.º 457/76**

de 29 de Julho

Os preços mínimos das madeiras a praticar no futuro, de acordo com as normas de contratação anual fixadas, deverão ser estabelecidos no mês de Outubro que antecede o ano a que dizem respeito.

Assim, os preços das madeiras a vigorar de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 1977 serão estabelecidos no próximo mês de Outubro.