

## **Artigo 1.º**

### **Citérios adicionais definidos pelo Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, I.P.**

A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias abrangidas pelo n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, deverá obedecer aos seguintes critérios adicionais:

1 - No que se refere à publicidade/reclamos, toldos, esplanadas e mobiliário urbano, devido à variedade e especificidade de características urbanas e arquitetónicas das zonas de proteção dos imóveis classificados, não é possível a definição de normas gerais para a instalação deste tipo de equipamentos. Estes critérios procuram introduzir alguma moderação e disciplina nas propostas do empreendedor para a utilização e ocupação do espaço público. De modo geral, deverá atender-se às características do local onde se pretende instalar a publicidade e toldos, isto é, à imagem arquitetónica do imóvel que será seu suporte, à eventual proximidade de imóvel classificado e aos pontos de vista de interesse sobre e a partir do mesmo. Deverá também atender-se à tipologia urbana do local, especialmente nos casos de zonas históricas.

2 - Assim de acordo com o número anterior deverão ser atendidas as seguintes regras:

a) Localização da publicidade e toldos:

- i) Nos imóveis classificados não é aceitável a instalação de publicidade. Caso se trate de imóveis com ocupação turística ou outra que justifique instalação de publicidade, deverá o respetivo projeto ser particularmente contido e cuidado;
- ii) Nas zonas de proteção e zonas especiais de proteção, a instalação de publicidade, deverá restringir-se ao espaço disponível nos pisos térreos. Poderão abrir-se exceções em casos específicos, tais como unidades hoteleiras ou edifícios de grande dimensão, ocupados por uma entidade única, nos quais não se corra o risco de colocação de suportes publicitários de origem diversa nas fachadas e de não produzir obstrução visual do imóvel classificado. Não é aceitável instalação de publicidade na guarda de varandas nem sobreposta no todo ou em parte a cantarias, cunhais, guarnecimento de vãos ou outros elementos que integrem a composição arquitetónica das fachadas.

b) Elementos e suportes publicitários:

- i) Tendo em vista o ordenamento publicitário e o controlo da poluição visual, deve prescindir-se da inclusão de referências a marcas comerciais em quaisquer estruturas publicitárias ou toldos que, preferencialmente, se destinam a designar as respetivas entidades, especificar serviços, indicar os seus contactos, etc.;

- ii) Reclamos tipo bandeira - Deve evitar-se a utilização deste tipo de reclamos, em especial caixas acrílicas iluminadas ou outros, de forte impacto visual. Serão de aceitar os casos que constituam referências importantes de determinados serviços, tais como símbolos de farmácias, correios ou multibancos;
- iii) Placas gravadas de reduzida dimensão - Em geral não se vê inconveniente na colocação deste tipo de publicidade. O preenchimento abusivo de grande parte da área disponível entre vãos com múltiplas placas deve ser evitado, sendo então preferível a adoção de placa única (múltipla);
- iv) Prismas e caixas acrílicas com iluminação interior - São sempre de evitar em zonas históricas, por comprometerem a imagem global e as características dos edifícios. Apenas serão aceites em caso de manifesta compatibilização com a expressão das fachadas e envolvente urbana (zonas modernas ou incaracterísticas). Deverão nestes casos, apresentar o mínimo de saliência relativamente aos planos de fachada;
- v) Letras soltas e desenhos néon - Os reclamos constituídos por letras soltas, fixadas diretamente às fachadas, são na maioria dos casos bem tolerados, sendo a sua integração mais fácil, em zonas históricas sensíveis da cidade, desde que atendidos os formatos, as proporções e as cores. Se for o caso, a sua iluminação deve ser cuidada e discreta. Os títulos, frases publicitárias, símbolos ou desenhos constituídos por tubos em néon serão de aceitar (como alternativa às caixas acrílicas), desde que a sua imagem e integração no local, sejam adequadas;
- vi) Letras pintadas sobre vidro, ou vinil autocolante - Não se vê em princípio inconveniente, desde que apresentem qualidade gráfica e se integrem corretamente nas fachadas. Quando seja o caso de vinil autocolante de grande dimensão face à superfície de vidro, deverá atender-se não só à qualidade de composição gráfica, mas também à coloração de fundo e sua relação com a montra e fachada;
- vii) Palas de grande dimensão - As palas balançadas sobre passeios, acompanhando em toda a sua extensão os vãos de entrada dos espaços comerciais, não são em geral, aceitáveis. A sua forma, dimensão e frequentemente a sinalética que lhes está associada, tornam a sua presença, dissonante, interferindo com a leitura das fachadas dos edifícios, e contribuindo para a degradação visual das áreas em que se inserem;

- viii) Vitruinas - Não é recomendável o preenchimento da área entre vãos com vitruinas, por contribuírem normalmente para a descaracterização do imóvel. Poderão ser aceites nos casos de obrigatoriedade legal, como por exemplo preços de restaurantes ou estabelecimentos hoteleiros;
  - ix) Reclamos de grandes dimensões colocados sobre coberturas de edifícios - Trata-se de um sistema já praticamente em desuso e com forte impacto negativo, considerando-se de não aceitar;
  - x) Painéis publicitários de grande dimensão em tapumes de obras - É indesejável a proliferação deste tipo de painéis em zonas sensíveis, mesmo quando de curta duração. Só com carácter excepcional se poderá autorizar a sua instalação, quando não desvalorizem a envolvente;
  - xi) Telas publicitárias em edifícios em obras ou devolutos e empenas de imóveis - Pela imagem de forte impacto, são de evitar, com raras exceções, de carácter temporário, nos casos em que a conceção, a mensagem e a imagem apresentem um alto nível de qualidade;
  - xii) Mupis - São de evitar em áreas protegidas.
- c) Toldos:
- i) Deverão ser dimensionados à largura dos vãos disponíveis, apresentar cores claras e utilizar lonas ou materiais com características semelhantes, em alternativa aos materiais rígidos;
  - ii) Deverão ser rebatíveis, de uma só água e sem sanefas laterais. Só excepcionalmente se aceitarão toldos em forma de concha, por exemplo em vãos curvos;
  - iii) Não é aceitável a inserção de referências a marcas comerciais;
  - iv) Títulos e textos publicitários devem restringir-se ao espaço da banda ou sanefa.
- d) Esplanadas e mobiliário urbano:
- i) As esplanadas a instalar em zonas protegidas deverão ser dimensionadas de acordo com as características do espaço público e objeto de tratamento cuidado no que se refere não só na escolha de mobiliário e publicidade mas também na instalação de eventuais estrados;
  - ii) Os guarda-sóis ou toldos devem ser brancos ou de tom claro e não devem conter referências a marcas. O mobiliário não deve conter referências a marcas comerciais.