

FEDERAÇÃO PORTUGUESA DE JUDO



REGULAMENTO DE PUBLICIDADE

Aprovado em Assembleia Geral de 1 de Março de 1997

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 Judo.

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) FIJ: Federação Internacional de Judo;
- f) UEJ: União Europeia de Judo;
- g) FPJ ou FPJudo: Federação Portuguesa de Judo.

ARTIGO 3º

(Uso de publicidade no Judo)

1. É permitido o uso de publicidade afecta directa ou indirectamente à prática da modalidade do Judo, em conformidade com a Lei, com as normas emanadas pela FIJ e UEJ e com as regras constantes do presente regulamento.
2. Nos eventos desportivos organizados ou directamente controlados pela FIJ ou pela UEJ, as normas do presente regulamento são subsidiárias às instruções emanadas pelas referidas entidades internacionais.

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 etiqueta própria da modalidade do Judo;
 - e) Encoraje comportamentos prejudiciais à protecção do ambiente;
 - f) Utilize linguagem obscena em qualquer língua;
 - 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 fortuna ou 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, juizes, examinadores ou outros agentes desportivos cuja natureza das funções que se encontrem a desempenhar seja incompatível com o uso de publicidade.

ARTIGO 7º

(Competência da Direcção da FPJ)

Compete à Direcção da FPJ 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)

Os requerimentos, pedidos ou quaisquer documentos dirigidos à Direcção da FPJ visando autorização para o uso de publicidade deverão descrever

pormenorizadamente o seu tipo, com indicação dos símbolos ou inscrições publicitárias, forma, extensão, cor, dimensões, etc.

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 FPJ, 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 FPJ só produzirão efeitos para este órgão após a sua expressa ratificação.
3. Independentemente da sua autorização ou ratificação, a Direcção da FPJ 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 FPJ 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 FPJ.
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 5 dias após deliberação da Direcção da FPJ.
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 FPJ não deliberar ou nada comunicar ao requerente nos prazos referidos no art.º 10º deste regulamento, salvo se o uso da publicidade em questão for ilegal, contrário às normas emanadas pela FIJ ou UEJ ou às regras deste regulamento.

ARTIGO 13º

(Reclamação)

1. Da deliberação da Direcção da FPJ 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.
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 FPJ 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

(Recurso)

1. Da deliberação da Direcção da FPJ cabe ainda recurso para o Conselho Jurisdicional que delibera em última instância.
2. O recurso deverá ser interposto no prazo máximo de 30 dias após a data da notificação da deliberação da Direcção da FPJ, independentemente de eventual reclamação.

ARTIGO 15º

(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 NO JUDOGI

ARTIGO 16º

(Autorização Genérica)

1. É autorizado o uso de publicidade (sem prejuízo do disposto no Título I deste Regulamento) nos judogis durante a realização de eventos desportivos, demonstrações, exposições ou qualquer tipo de espectáculo público, em território português ou no estrangeiro, de acordo com as regras constantes do presente capítulo.
2. A publicidade aposta nos judogis não poderá, em virtude do material utilizado ou da sua textura, ou ainda pelo meio como for fixada,

prejudicar a pega do adversário ou, de alguma forma, pôr em risco a sua integridade física.

ARTIGO 17º

(Exames)

É expressamente vedado o uso de publicidade nos judogis durante a realização de exames de graduação ou outras provas de avaliação, pelos judocas que irão ser examinados.

ARTIGO 18º

(Emblemas) ⁽¹⁾

1. O emblema nacional poderá ser colocado na zona do peitoral esquerdo do judogi.

(1) Ver desenhos constantes dos anexos na parte final deste Regulamento

2. O emblema nacional poderá ser substituído pelas cores nacionais se assim for deliberado pela Direcção da FPJudo.

3. Nas competições, demonstrações, exposições ou quaisquer eventos desportivos em que os judocas não actuem integrados na Selecção Nacional ou em representação do País, poderá o emblema nacional ser substituído pelo emblema do Clube que representam

4. Os emblemas colocados na zona do peitoral esquerdo do judogi não deverão exceder 10 cm de lado, nem nunca poderão ter uma área superior a 1 dm².

ARTIGO 19º

(Marca do Fabricante) ⁽¹⁾

1. O fabricante do judogi pode publicitar a sua marca, nos seguintes locais alternativos:

a) Num dos cantos inferiores frontais do casaco do judogi;

b) Numa das mangas, mas sempre dentro da área de uma faixa com o máximo de 25 cm x 5 cm medida sobre o ombro, da gola até à manga;

c) Na parte superior das calças, logo abaixo das presilhas ou do atilho, ou no extremo inferior das pernas das calças.

2. O fabricante pode ainda publicitar a sua marca num dos extremos do cinto.

3. A marca do fabricante não deverá exceder, em cada um dos lados, 5 cm e nunca poderá ter uma área superior a 25 cm². ⁽²⁾

4. A publicidade da respectiva marca pelos fabricantes de judogis só é permitida desde que tenham o consentimento a UEJ.

(1) Ver os desenhos constantes dos anexos na parte final deste Regulamento

(2) Nos jogos Olímpico não pode exceder os 12 cm²

ARTIGO 20º

(Ombros do Judogi) ⁽¹⁾

1. É permitida a publicidade na zona dos ombros dos judogis.
2. A publicidade deverá circunscrever-se a uma faixa com um comprimento não superior a 25 cm e uma largura não superior a 5 cm.
3. A publicidade aposta sobre os ombros deverá ser idêntica de ambos os lados.
4. O espaço para publicidade sobre os ombros é reservado à publicidade dos sponsors da FPJudo em todos os eventos desportivos, demonstrações ou exibições por esta organizados, patrocinados ou directamente subsidiados ou ainda à afixação das cores nacionais.
5. O direito que assiste à FPJ, definido no número anterior, pode por esta ser pontualmente cedido à Associação Distrital ou ao Clube em que se integre o judoca em questão.

ARTIGO 21º

(Dorsais) ⁽¹⁾

1. Os dorsais serão quadrados, com uma dimensão não superior a 30 cm de lado.
2. O dorsal será afixado na parte detrás do casaco do judogi, ao centro do espaço que fica entre a gola e o cinto, mas de forma a que a distância entre o lado superior do dorsal e a gola não ultrapasse os 14 cm
3. O dorsal é divisível em duas partes:
 - a) A inferior, destinada à publicidade do nome ou da sigla do patrocinador do evento desportivo, com letras ou símbolos não superiores a 7 cm;
 - b) A superior, destinada à publicidade do Judo, da FPJ ou de quaisquer princípios éticos do desporto em geral ou do Judo em particular, com letras ou símbolos não superiores a 11 cm. ⁽³⁾
4. O espaço para publicidade nos dorsais é reservado aos sponsors da FPJudo em todos os eventos desportivos, demonstrações ou exibições por esta organizados patrocinados ou directamente subsidiados.
5. Os dorsais usados em determinado evento desportivo, demonstração ou exibição serão necessariamente idênticos para todos os judocas, não só no que se refere às letras ou aos símbolos inscritos como também no que concerne ao fundo do próprio dorsal.

(1) Ver desenhos constantes dos anexos na parte final deste Regulamento

(3) Nas competições internacionais este espaço é habitualmente preenchido pelas siglas olímpicas:
Portugal = POR

ARTIGO 22º

(Mangas do Judogi) (1)

1. Será permitida a publicidade nas mangas dos casacos dos judogis, na sua parte superior, a cerca de 25 cm de distância da gola (logo abaixo da faixa reservada para publicidade sobre os ombros).
 2. A publicidade pode ser aposta, em alternativa:
 - a) Numa só manga, não devendo exceder, cada um dos lados, 10 cm e nunca podendo ter uma área superior a 1 dm².
 - b) Em ambas as mangas, não devendo exceder, cada uma, 10 cm de comprimento e 5 cm de largura e nunca podendo cada uma ter uma área superior a 0,5 dm².
 3. Escolhida a forma de publicidade constante da al. B) do número anterior, deverá esta ser idêntica em ambas as mangas.
 4. O espaço para publicidade sobre as mangas é destinado aos Clubes onde se integrem os judocas que participarem em todos os eventos desportivos, demonstrações ou exibições onde seja possível o uso de publicidade, salvo se actuarem integrados na Selecção Nacional ou em representação do País.
 5. O direito que assiste aos Clubes, definido no artigo anterior, pode por estes ser cedido aos respectivos judocas que possuam os seus próprios sponsors.
- (1) Ver desenhos constantes dos anexos na parte final deste Regulamento

ARTIGO 23º

(Calças do Judogi)⁽¹⁾

Não é autorizado o uso de qualquer publicidade nas calças do judogi sem prejuízo do disposto na alínea c) do nº 1 do artigo 19º e na alínea c) do nº 1 do artigo 24º deste regulamento.

ARTIGO 24º

(Nome do Judoca)⁽¹⁾

1. Os judocas podem afixar o seu nome:
 - a) Na parte detrás do casaco do judogi, no sentido longitudinal, desde que o comprimento do nome não ultrapasse 30 cm e as letras não excedam os 7 cm de altura, devendo estas ser fixadas a distância não superior a 3 cm da gola do casaco do judogi.
 - b) Numa das extremidades inferiores frontais do casaco do judogi, no sentido longitudinal, desde que o comprimento do nome não ultrapasse os 10 cm e as letras não excedam os 3 cm de altura.
 - c) Na perna esquerda das calças, no sentido longitudinal, logo abaixo das presilhas ou do atilho das calças, desde que o comprimento do nome não ultrapasse os 10 cm e as letras não excedam os 3 cm de altura.
 - d) Numa das extremidades do cinto, no sentido vertical, desde que o comprimento do nome não ultrapasse os 10 cm e as letras não excedam os 3 cm de largura ou altura, consoante a sua disposição.

2. O nome pode ser estampado, bordado ou fixado de qualquer forma que não impeça ou dificulte a pega.
 3. A designação “nome” ao longo do presente artigo poderá significar: só o nome próprio, ou o apelido, ou ambos, ou ainda a(s) respectiva(s) abreviatura(s).
- (1) Ver desenhos constantes dos anexos na parte final deste Regulamento

CAPÍTULO II – PUBLICIDADE EM RECINTOS DESPORTIVOS

ARTIGO 25º

(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, exposições ou qualquer tipo de espectáculo público de Judo, de acordo com as regras constantes do presente capítulo.

ARTIGO 26º

(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 FPJ 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 FPJ, 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 27º

(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 de Judo, a boa visibilidade pelos espectadores e o registo do evento pelos órgãos de comunicação social.

ARTIGO 28º

(Placards)

1. É permitida a colocação de placards com publicidade em redor dos tatamis, desde que a sua colocação não perturbe a organização e a realização do evento, nem viole as regras de segurança para os judocas que nele participem.
2. A colocação de placards em redor dos tatamis não poderá impedir ou perturbar a boa visibilidade dos espectadores e o registo do evento pelos órgãos de comunicação social.
3. Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, os placards deverão ser colocados a 1 metro da extremidade dos tatamis e terão uma altura máxima de 90 cms.
4. As letras ou símbolos constantes dos placards não deverão Ter altura, largura ou comprimento superiores a 70 cm, e a respectiva área nunca poderá exceder 49 dm².

ARTIGO 29º

(Tatamis)

1. É permitido o uso de publicidade nos tatamis, limitado no entanto à zona de segurança e numa superfície não superior a 1/9 da área total da zona de segurança.
2. Não será permitida a aposição de publicidade em dois tatamis que se toquem , a não ser que tal seja indispensável para a mensagem que se pretende publicitar e haja autorização expressa da Direcção da FPJ nesse sentido.
3. Os decalques publicitários colocados nos tatamis não poderão ter uma dimensão superior a 50 cm de lado.
4. Cada tatami não poderá conter mais de dois decalques publicitários e área total de publicidade por tatami nunca excederá 0,5 m².

ARTIGO 30º

(Marcadores)

1. É permitido o uso de publicidade nos marcadores de vantagens e penalizações, durante a realização de competições de Judo, desde que a mesma não impeça ou perturbe as suas perfeitas visibilidade e leitura.
2. Sem prejuízo do disposto no número anterior, a publicidade aposta nos marcadores não poderá ocupar uma superfície superior a ¼ da área total do marcador.

ARTIGO 31º

(Cadeiras dos Juízes)

1. É permitido o uso de publicidade nas costas das cadeiras dos juízes durante a realização de competições de Judo.

2. A publicidade usada nas cadeiras dos juizes não deverá exceder 30 cm de comprimento e 15 cm de largura, nem nunca poderá Ter uma área superior a 4,5 dm².

ARTIGO 32º

(Mesas de Controlo)

Não é permitido o uso de publicidade fixa nas mesas de controlo durante a realização de competições de judo.

CAPÍTULO III – OUTROS SUPORTES PUBLICITÁRIOS

ARTIGO 33º

(Documentos Escritos)

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

ARTIGO 34º

(Seleções Nacionais)

1. A publicidade que for inscrita em judogis ou no restante equipamento dos judocas que integrem seleções nacionais ou que se encontrem de alguma forma em representação do País, será rigorosamente idêntica com excepção de inscrições pessoais permitidas pelo Regulamento, como seja o nome do respectivo judoca.
2. Embora sejam permitidas diferenças no uso da publicidade entre judocas, treinadores, dirigentes ou outros agentes desportivos – atentas as naturais diferenças de funções e respectivo equipamento – o uso de publicidade será rigorosamente idêntico entre os membros de cada classe.

ARTIGO 35º

(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 36º

(Faltas Leves)

O uso de publicidade por agentes desportivos da FPJudo 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 FPJudo ou para outrém.

ARTIGO 37º

(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 FPJ ou para outrém 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 FPJ ou para outrém.
2. A pena de multa será fixada de acordo com as regras constantes do Regulamento Disciplinar da FPJ, 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 38º

(Faltas Muito Graves)

1. É punível com pena de suspensão de uma a três anos a violação do preceituado nos arts. 4º, 5º e 6º deste Regulamento, se:
 - a) Dessa violação advierem graves consequências para a FPJ ou para outrém;
 - b) A violação tiver sido precedida de indeferimento do uso dessa publicidade por deliberação da Direcção e/ou do Conselho Jurisdicional da FPJ;
 - c) Houver reincidência, dentro do prazo de um ano, tendo sido o infractor já punido com pena de suspensão.

ARTIGO 39º

(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 40º

(Apreensão de Publicidade)

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

ARTIGO 41º

(Regime Substantivo)

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

ARTIGO 42º

(Aplicação de Sanções)

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

ARTIGO 43º

(Normas Processuais)

A instrução dos processos, por violação das regras constantes do presente Regulamento, rege-se-à pelas normas constantes do Regulamento Disciplinar da FPJ.

TÍTULO IV – DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

ARTIGO 44º

(Despesas)

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

ARTIGO 45º

(Registo)

Será organizado na Secretaria da FPJ 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 46º

(Destino das Multas)

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

ARTIGO 47º

(Disposições Transitórias)

1. Os agentes desportivos do Judo ficam obrigados a comunicarem à Direcção da FPJudo, 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.
2. Manter-se-ão em vigor os contratos, acordos ou convénios já celebrados por agentes desportivos do Judo desde que não violem a Lei, as normas impostas pela FIJ ou pela UEJ, ou o estatuído nos arts. 4º, 5º e 6º deste Regulamento até um ano após a data de entrada em vigor do presente Regulamento.

ARTIGO 48º

(Casos Omissos)

Todos os casos omissos serão resolvidos pela Direcção da FPJudo.

ARTIGO 49º

(Entrada em Vigor)

Este Regulamento entra em vigor com a sua aprovação em Assembleia Geral da FPJudo.