

7 — Métodos de selecção (referências A e B) — consistirão na avaliação curricular e na entrevista profissional de selecção.

Consideram-se excluídos os candidatos que obtenham classificação inferior a 9,5 valores.

8 — Condições de admissão ao concurso — as candidaturas deverão ser formalizadas por requerimento dirigido ao presidente da Câmara Municipal de Cantanhede, podendo o mesmo, bem como toda a documentação que o deve acompanhar, ser entregue pessoalmente nesta Câmara Municipal ou ser remetido pelo correio, com aviso de recepção, endereçado à Secção dos Recursos Humanos da Câmara Municipal de Cantanhede, Praça do Marquês de Marialva, apartado 154, 3064-909, Cantanhede, expedido até ao termo do prazo fixado no aviso do concurso, e nele deverão constar os seguintes elementos:

8.1 — Identificação completa — nome completo, filiação, naturalidade, data de nascimento, estado civil, morada, com indicação do código postal, situação militar, número e data do bilhete de identidade, serviço de identificação que o emitiu e prazo de validade, número de contribuinte, profissão e residência, concurso a que se candidata e a indicação do *Diário da República* em que se encontra publicado o presente aviso e, bem assim, declaração, sob compromisso de honra, e em alíneas separadas, da situação precisa em que se encontra relativamente aos requisitos constantes das alíneas a) a f) do n.º 2 do artigo 29.º do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho, referidas no n.º 2.1 do presente aviso;

8.2 — Quaisquer elementos que o candidato reputar serem relevantes para a apreciação do seu mérito ou de constituírem motivo de preferência legal, os quais só serão tidas em consideração pelo júri se devidamente comprovados;

8.3 — As falsas declarações prestadas pelos candidatos são punidas nos termos da lei.

9 — Os requerimentos deverão ser acompanhados dos seguintes documentos:

9.1 — *Curriculum vitae*, actualizado e detalhado, devidamente datado e assinado, indicando, nomeadamente, as funções que exerce e as exercidas anteriormente e os períodos de duração a que umas e outras se reportam, relevantes para o exercício das funções inerentes ao lugar a concurso, bem como a formação profissional complementar (estágios, especializações, acções de formação, seminários, etc.);

9.2 — Fotocópia do certificado de habilitações literárias e ou qualificações profissionais exigidas (sob pena de exclusão);

9.3 — Os funcionários deverão apresentar declaração, passada e autenticada pelo organismo a que se encontra vinculado, donde constem a natureza do vínculo à função pública, a categoria que possui e a respectiva antiguidade na categoria e na carreira, bem como o tempo de serviço na função pública;

9.4 — Fotocópia do bilhete de identidade e do número fiscal de contribuinte;

9.5 — Os candidatos pertencentes ao quadro de pessoal desta autarquia ficam dispensados da apresentação dos documentos de requisitos exigidos, desde que constem dos respectivos processos individuais.

10 — Os critérios de apreciação e ponderação da avaliação curricular e da entrevista profissional de selecção, bem como o sistema de classificação final, incluindo a respectiva fórmula classificativa, constam de actas de reuniões do júri do concurso, sendo as mesmas facultadas aos candidatos sempre que solicitadas.

11 — Em cumprimento da alínea h) do artigo 9.º da Constituição, a Administração Pública, enquanto entidade empregadora, promove activamente uma política de igualdade de oportunidades entre homens e mulheres no acesso ao emprego e na progressão profissional, providenciando escrupulosamente no sentido de evitar toda e qualquer forma de discriminação.

12 — A publicação da relação dos candidatos ao concurso e da lista de classificação final será efectuada nos termos dos artigos 33.º, 34.º, 35.º e 40.º do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho.

13 — Foi dado cumprimento ao n.º 2 do artigo 41.º da Lei n.º 53/2006, de 7 de Dezembro, tendo sido efectuadas as consultas na BEP, em 12 de Junho de 2007, verificando-se a inexistência de pessoal em situação de mobilidade especial, conforme os ofícios n.ºs 4746 e 4747, de 14 de Junho de 2007, relativos aos nossos pedidos n.ºs 6489 e 6490.

9 de Julho de 2007. — A Vice-Presidente da Câmara, *Maria Helena Rosa de Teodósio e Cruz Gomes de Oliveira*.

2611031002

CÂMARA MUNICIPAL DE CELORICO DA BEIRA

Aviso n.º 13 044/2007

José Francisco Gomes Monteiro, presidente da Câmara Municipal de Celorico da Beira, faz público que, de acordo com o estabelecido na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, e por deliberação da Assembleia Municipal de Celorico da Beira de 29 de Junho de 2007, sob proposta

apresentada pela Câmara Municipal de Celorico da Beira de 19 de Junho de 2007, foi aprovada a alteração do Regulamento Municipal de Publicidade e Outras Utilizações do Espaço Público no Concelho de Celorico da Beira, que se publica em anexo.

5 de Julho de 2007. — O Presidente da Câmara, *José Francisco Gomes Monteiro*.

Regulamento Municipal de Publicidade e Outras Utilizações do Espaço Público no Concelho de Celorico da Beira

Reconhecendo o município de Celorico da Beira o papel primordial que a publicidade e a utilização do espaço público desempenham na divulgação e no desenvolvimento da actividade económica, com o presente Regulamento pretende-se ainda desencorajar a colocação e a instalação ilegal de meios publicitários, como a má utilização dos espaços públicos no concelho de Celorico da Beira através de uma disciplina normativa mais desenvolvida e coerente.

Com o presente Regulamento sobre inscrição de mensagens publicitárias e outras utilizações do espaço público, pretende-se ordenar o espaço público no sentido de obter uma melhoria de imagem urbana, com respeito pelas condições de segurança dos cidadãos.

Preâmbulo

Nos termos do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, na alínea a) do n.º 6 do artigo 64.º, em conjugação com as alíneas a) e e) do n.º 2 do artigo 53.º, ambos da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, e, bem assim, na Lei n.º 2110, de 19 de Agosto de 1961, nas alíneas h) e q) do artigo 19.º da Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto, e nos artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, é apresentado o presente Regulamento.

A colocação e a instalação de mensagens publicitárias e a utilização de espaços públicos devem observar uma disciplina que conduza a uma planificação e a uma ordenação criteriosa do licenciamento dessa actividade por forma que seja assegurado o equilíbrio do meio urbano e a salvaguarda da protecção ambiental.

Continua a pertencer às câmaras municipais a tarefa de definir os critérios que devem nortear o licenciamento da publicidade e utilização dos espaços públicos dos respectivos municípios, incluindo os troços de estradas nacionais inseridos em espaços urbanos.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Âmbito

1 — O presente Regulamento aplica-se a todos os meios ou suportes de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, bem como à utilização dos espaços públicos, na área do município de Celorico da Beira.

2 — Exclui-se do âmbito deste Regulamento a afixação, inscrição ou difusão de:

- Mensagens sem fins comerciais, nomeadamente políticas, sindicais e religiosas;
- Mensagens e dizeres divulgados através de editais, avisos, anúncios, notificações e demais formas de informação que se relacionem, directa ou indirectamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- Comunicados, notas oficiais e demais esclarecimentos que se prendam com a de actividade de órgãos de soberania e da administração central, regional ou local;
- Publicidade de espectáculos públicos com carácter cultural, e autorizados pelas entidades competentes;
- Referências de patrocinadores de actividades desenvolvidas pelas autarquias ou que estas considerem de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao da taxa aplicável.

3 — Outros dizeres que resultem de imposição legal.

Artigo 2.º

Conceitos

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

- «Publicidade» qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma actividade económica, com o objectivo de promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços, bem como qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições que não tenham natureza política;

b) «Ocupação do espaço público» qualquer implantação, utilização, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida por suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público, no solo, espaço aéreo, fachadas, empenas e coberturas de edifícios;

c) «Actividade publicitária» conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, agências de publicidade e entidades que exploram os suportes publicitários ou que exerçam a actividade publicitária;

d) «Suporte publicitário» meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária, nomeadamente, painel, mupi, coluna publicitária, anúncio, reclamo, bandeira, moldura, placa;

e) «Anunciante» a pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;

f) «Agência de publicidade» a sociedade comercial que tenha por objecto exclusivo o exercício da actividade publicitária;

g) «Destinatário» a pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela, de qualquer forma, seja atingida.

Artigo 3.º

Publicidade nos espaços urbanos

1 — A produção de publicidade nos espaços urbanos, em lugares públicos ou destes perceptível, só poderá efectuar-se com observância das disposições da lei e do presente Regulamento.

2 — Os espaços urbanos, para efeitos da aplicação deste Regulamento, é a definida pelos limites da respectiva malha urbana, constantes nas cartas de ordenamento do Plano Director Municipal de Celorico da Beira.

Artigo 4.º

Centro histórico de Celorico da Beira e aldeia de Linhares da Beira

O licenciamento de toda a publicidade situada no centro histórico de Celorico da Beira e na aldeia de Linhares da Beira fica sujeita às disposições constantes deste Regulamento, nomeadamente às normas específicas previstas no capítulo VII.

Poderão ainda ser elaborados planos de pormenor e disposições específicas sobre suportes de publicidade complementares do presente Regulamento.

Artigo 5.º

Publicidade fora dos espaços urbanos

1 — É proibida a inscrição ou afixação de qualquer tipo de publicidade fora dos espaços urbanos ou quaisquer locais onde a mesma possa ser visível das estradas nacionais.

2 — A proibição prevista no número anterior não abrange:

- a) Os meios de publicidade de interesse cultural e turístico;
- b) Os meios de publicidade que tenham por finalidade a identificação de edifícios ou estabelecimentos, públicos ou privados, desde que tal publicidade seja inscrita ou fixada nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos;
- c) Os anúncios temporários de venda ou arrendamento de imóveis, desde que neles localizados.

Artigo 6.º

Publicidade fora dos espaços urbanos desde que não visíveis das estradas nacionais

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, a publicidade a afixar ou a inscrever nas imediações das vias municipais fora dos espaços urbanos, desde que não visível das estradas nacionais, deve obedecer aos seguintes condicionamentos:

- a) Nas estradas municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 15 m do limite exterior da faixa de rodagem medida na horizontal;
- b) Nos caminhos municipais, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 10 m do limite exterior da faixa de rodagem medida na horizontal;
- c) Em caso de proximidade de cruzamento ou entroncamento com outras vias de comunicação ou com vias férreas, a publicidade deve ser colocada a uma distância mínima de 25 m do limite exterior da faixa de rodagem medida na horizontal.

2 — Sem prejuízo do artigo 16.º («Proibições e condicionamentos»), os condicionamentos previstos nas diversas alíneas do número anterior não são aplicáveis aos seguintes meios de publicidade, quando não visíveis das estradas nacionais:

- a) De interesse cultural ou turístico;
- b) Que se destinam a identificar edifícios ou estabelecimentos públicos ou particulares, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nos mesmos.

Artigo 7.º

Obrigatoriedade do licenciamento

1 — Em caso algum será permitido qualquer tipo de publicidade ou outra utilização do espaço público constante deste Regulamento, sem prévio licenciamento ou autorização a emitir pela Câmara Municipal.

2 — Nos casos em que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias exija a execução de obras de construção civil sujeitas a licença, tem esta de ser requerida cumulativamente.

Artigo 8.º

Natureza das licenças

1 — Todos os licenciamentos e autorizações concedidos no âmbito do presente Regulamento são considerados precários.

2 — A Câmara Municipal poderá conceder, mediante concurso público, exclusivos de exploração publicitária.

CAPÍTULO II

Princípios

Artigo 9.º

Princípio geral

O licenciamento previsto no presente Regulamento visa definir os critérios de localização, instalação e adequação, formal e funcional, dos diferentes tipos de suportes publicitários e outras utilizações do espaço público, relativamente à envolvente urbana, numa perspectiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas componentes ambientais e paisagísticas e de melhoria da qualidade de vida no concelho, o que implica a observância dos critérios constantes dos artigos seguintes.

Artigo 10.º

Segurança de pessoas e bens

1 — A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público não é permitida sempre que:

- a) Prejudique a segurança das pessoas ou bens, nomeadamente na circulação pedonal, rodoviária ou ferroviária;
- b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, nomeadamente por produzir níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;
- c) Prejudique a visibilidade dos automobilistas sobre a sinalização de trânsito, as curvas, cruzamentos e entroncamentos e no acesso a edificações ou a outros espaços;
- d) Prejudique os acessos e as vistas aos edifícios vizinhos;
- e) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encadeamento dos peões ou automobilistas;
- f) Prejudique a circulação de peões e edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos, designadamente das pessoas de mobilidade condicionada;
- g) Prejudique árvores e espaços verdes;
- h) Diminua a eficácia da iluminação pública.

2 — Não pode ser licenciada a instalação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que se pretenda colocar em placas toponímicas e números de polícia, em separadores de trânsito, em placas de sinalização, em placas informativas sobre edifícios com interesse público.

3 — Não pode ser licenciada a instalação ou inscrição de mensagens publicitárias nas paredes das propriedades particulares quando essas paredes tenham indicação da placa proibitiva de afixação.

4 — A instalação ou inscrição de mensagens em equipamento móvel urbano, nomeadamente papeleiras ou outros recipientes utilizados para a higiene e limpeza pública, obedece ao preceituado no número anterior, podendo, contudo, ser definidas contratualmente condições de utilização ou afixação.

Artigo 11.º

Preservação e valorização dos espaços públicos

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público não é permitida sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos;
- b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das actividades urbanas ou de outras ocupações do espaço público ou ainda quando dificulte aos utentes usufruir dessas mesmas actividades em condições de segurança e conforto;

c) Contribua para o mau estado de conservação e salubridade dos espaços públicos;

d) Contribua para a descaracterização da imagem e da identidade dos espaços e dos valores urbanos, naturais ou construídos, emblemáticos do concelho;

e) Dificulte o acesso e a acção das entidades competentes às infra-estruturas existentes no município, para efeitos da sua manutenção e ou conservação.

Artigo 12.º

Valores históricos e patrimoniais

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público não é permitida sempre que se refira a:

a) Edifícios, monumentos ou locais de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico, núcleos de interesse histórico;

b) Paredes de edifícios públicos ou que sejam património de pessoas colectivas de direito público;

c) Imóveis classificados como património cultural e suas zonas de protecção;

d) Imóveis contemplados com prémios de arquitectura ou outros análogos;

e) Imóveis escolares;

f) Estátuas;

g) Templos e cemitérios;

h) Placas toponímicas;

i) Contentores, vidrões e outros equipamentos municipais;

j) Terrenos onde tenham sido encontrados, ou existem indícios de conterem, vestígios arqueológicos de interesse e relevância local ou nacional.

Artigo 13.º

Preservação e valorização das áreas verdes

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público não é permitida sempre que:

a) Prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade das áreas verdes;

b) Implique a ocupação ou pisoteio de superfícies ajardinadas e zonas interiores dos canteiros;

c) Implique afixação em árvores, designadamente com perfuração ou amarração, desde que esta não preveja elementos de protecção que salvaguardem a sua integridade;

d) Impossibilite ou dificulte a conservação das áreas verdes.

Artigo 14.º

Estética e ambiente

1 — Não é permitida a afixação, inscrição, distribuição de mensagens publicitárias e ou ocupação de espaços públicos que, por si só ou através dos respectivos meios ou suportes, prejudiquem o ambiente, obstruam perspectivas panorâmicas, afectem a estética ou a salubridade dos lugares, ou causem danos a terceiros, nomeadamente:

a) Inscrições, pinturas murais ou afins, em bens afectos ao domínio público ou privado que não pertençam ao autor da mensagem, ao titular desses direitos ou a quem resulte identificável;

b) Faixas de pano, plástico, papel ou qualquer outro material semelhante, situadas em espaço do domínio público ou domínio privado, excepto em situações de manifesto interesse público;

c) Cartazes ou afins, afixados sem suporte autorizado, através de colagem ou outros meios semelhantes;

d) Os que afectem a salubridade de espaços públicos;

e) Quando os suportes situados nos passeios excedam a frente do estabelecimento.

2 — É proibida a permanência ou circulação em lugares públicos anunciado por pregões, gestos ou letrados a oferta e comercialização de alojamentos particulares.

3 — Os anúncios que atravessarem a via pública só excepcionalmente poderão ser autorizados, por pequenos períodos de tempo, para anunciar exposições, festas, feiras, jogos ou espectáculos, desde que não prejudiquem a circulação rodoviária.

Artigo 15.º

Conteúdo da mensagem publicitária

1 — As mensagens publicitárias devem ser escritas em língua portuguesa.

2 — A inclusão de palavras e expressões em língua estrangeira poderá ser autorizada nas seguintes condições:

a) Quando se trate de marcas registadas ou denominações de firmas;

b) Quando se trate de nomes de figurantes ou de títulos de qualquer tipo de espectáculos cinematográficos, teatrais, variedades ou desportivos.

3 — A afixação ou inscrição de publicidade no espaço onde essa actividade é exercida só é autorizada quando a actividade exercida pelo interessado se encontre devidamente licenciada.

Artigo 16.º

Proibições e condicionamentos

Sem prejuízo do estabelecido nos números anteriores, não é autorizada:

a) A utilização de panfletos ou meios semelhantes projectados ou lançados por meios terrestres ou aéreos em lugares públicos;

b) A afixação de cartazes ou afins sem suporte próprio através de colagem ou outros meios semelhantes, salvo nos casos indicados no artigo 63.º («Condições de aplicação»);

c) A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que violem o estabelecido no Código da Publicidade.

Artigo 17.º

Proibições e condicionamentos de circulação rodoviária e de peões

1 — Não é permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias:

a) Em postes ou candeeiros de iluminação pública;

b) Em sinais de trânsito, placas de sinalização rodoviária e semaforica;

c) Em rotundas, ilhas para peões e separadores de trânsito automóvel;

d) Em túneis e viadutos;

e) Em abrigos para utentes de transportes públicos, salvo nos casos em que o contrário resulte de contratos de concessão de exploração ou deliberação camarária.

2 — De igual modo é proibida a afixação ou inscrição de publicidade, sempre que esta se localize:

a) A menos de 0,8 m em relação ao limite exterior do passeio, quando este tiver largura superior a 1,2 m, ou a menos de 1,5 m da berma, quando não exista passeio, salvo quando daí não resulte qualquer prejuízo para o trânsito;

b) A menos de 0,4 m em relação ao limite exterior do passeio, quando tiver largura superior a 1 m e inferior a 1,2 m, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de equipamento urbano o justifique;

c) Em passeios com largura inferior ou igual a 1 m;

d) A menos de 5 m e no alinhamento de sinalização vertical;

e) A menos de 2 m para a direita de sinal vertical.

CAPÍTULO III

Processo de licenciamento

Artigo 18.º

Pedido de licenciamento

1 — O pedido de licenciamento deverá ser efectuado por meio de requerimento dirigido ao presidente da Câmara Municipal de Celorico da Beira e deverá conter os seguintes elementos:

a) O nome ou a designação, identificação fiscal, número do bilhete de identidade, data de emissão, arquivo, residência completa ou sede do requerente e a indicação da qualidade em que requer a licença;

b) A indicação do tipo de publicidade;

c) A indicação exacta do local a utilizar na afixação ou difusão da mensagem publicitária;

d) O período de utilização pretendido.

2 — O requerimento deverá ser acompanhado de:

a) Memória descritiva do meio de suporte, com indicação da textura, dimensão, forma e cores dos materiais a utilizar;

b) Planta de localização onde pretende efectuar a instalação, à escala de 1:1000 ou à escala de 1:500, com indicação exacta do local, ou outro meio mais adequado para a sua exacta localização, como vias públicas, passeios, fachadas, etc.;

c) No caso de suportes publicitários a colocar em fachadas de edifícios, deve apresentar-se desenho do alçado e corte cotado esclarecedor do pretendido, à escala mínima de 1:100 ou de 1:50, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão, balanço de afixação e distância a elementos, nomeadamente vias públicas, passeios, fachadas, sinalética, árvores ou quaisquer elementos que se julguem relevantes, bem como a indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar;

d) Fotomontagem ou fotografias a cores (não inferiores a duas) do local e sua envolvente, com a representação do meio ou suporte publicitário;

e) Termo de responsabilidade do técnico do projecto, caso se trate de estruturas cujas características o justifiquem;

f) Autorização do proprietário, usufrutuário, locatário ou titular de outro direito, sempre que o meio ou suporte de ocupação não seja instalado em propriedade própria;

g) Declaração de início de actividade;

h) Alvará de licença de utilização;

i) Documento comprovativo do ano de construção do edifício onde se localiza a publicidade;

j) Outros elementos exigíveis para cada meio ou suporte, conforme o caso em análise.

3 — Nos processos de publicidade ou outras utilizações do espaço público já licenciados no âmbito do presente Regulamento, não se verificando qualquer substituição ou alteração, deverá apenas cumprir-se o n.º 1 e a alínea d) do n.º 2 do presente artigo.

4 — Nos processos de publicidade ou outras utilizações do espaço público existentes e ainda não licenciados pelo presente Regulamento, dos quais não ocorreu qualquer alteração, e cuja construção dos edifícios onde se localiza a publicidade seja anterior ao ano 2005, aplica-se o disposto no n.º 1 e nas alíneas a), b), d), e), g), i) e j) do n.º 2 do presente artigo, devendo as fotografias a apresentar conter as respectivas dimensões de cada suporte publicitário, bem como a altura desde o fundo do suporte publicitário até ao solo.

5 — Nos processos novos de publicidade ou outras utilizações do espaço público, cuja construção do edifício seja anterior ao ano 2005, deverá dar-se cumprimento ao disposto no n.º 1 e nas alíneas a), b), d), e), g), i) e j) do n.º 2 do presente artigo.

6 — Em novos processos de publicidade ou outras utilizações do espaço público, cuja construção do edifício onde a actividade é exercida seja posterior ao ano 2004, deverá ser cumprido todo o artigo 18.º

7 — Para os casos não previstos no n.º 2, o requerente deve juntar autorização escrita do proprietário ou possuidor, designadamente da assembleia de condóminos, quando a afixação de publicidade modifique a linha arquitectónica ou o arranjo estético do edifício.

8 — O requerimento com os elementos atrás referidos será apresentado e acompanhado de tantos exemplares quantas as entidades cuja consulta obrigatória se mostre necessário efectuar.

9 — Quando a implantação pretendida se situa em zonas de protecção a monumentos nacionais e imóveis de interesse público, os elementos referidos nos números anteriores devem ser entregues em triplicado.

10 — O pedido pode ser liminarmente indeferido se não forem indicados ou juntos com o requerimento os elementos ou documentos a que se referem os números anteriores.

11 — Tendo em conta a natureza de certas actividades comerciais, designadamente a das agências imobiliárias, o município poderá licenciar conjuntos de 10 ou mais placas anunciadoras, sem localização fixa, mas desde que as condições de afixação das mesmas obedeçam às demais condições estipuladas no presente Regulamento.

12 — O requerimento inicial tem de dar entrada, com a antecedência mínima de 30 dias corridos em relação à data pretendida para o início da utilização, salvo em casos devidamente fundamentados pela natureza do evento.

Artigo 19.º

Regime de licenciamento e de aprovação

1 — A produção da publicidade nos espaços urbanos e a que se possa efectuar fora desses espaços depende da licença da Câmara Municipal ou da sua aprovação se for da iniciativa de uma pessoa colectiva de direito público.

2 — Constitui excepção ao regime do número anterior:

a) A simples afixação de cartazes, a qual ficará apenas dependente, para efeitos de registo e arquivo, de comunicação escrita à Câmara Municipal, bem como do pagamento da respectiva taxa;

b) Os dizeres que resultem de imposição legal;

c) A indicação da marca, do preço ou da qualidade colocados nos artigos à venda;

d) Os distintivos de qualquer natureza, destinados a indicarem que nos estabelecimentos onde estejam apostos se concedam regalias inerentes à utilização de sistemas de crédito;

e) As montras apenas com acesso pelo interior dos estabelecimentos ou que não tenham sobre a via pública saliência superior a 10 cm;

f) A publicidade em veículos que transitem por vários municípios e cujos proprietários não tenham residência permanente no município de Celorico da Beira;

g) A publicidade respeitante a serviços de transporte colectivos concedidos.

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

4 — Não carecem de licenciamento municipal, nos termos do presente Regulamento:

a) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando forem respeitantes a produtos ali fabricados ou comercializados;

b) Os anúncios temporários colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda ou arrendamento;

c) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, de símbolo oficial de farmácias e de profissões liberais (advogados, arquitectos, bombeiros, médicos, juizes, psicólogos, entre outras), desde que especifiquem apenas os titulares, o endereço do escritório, horas de expediente, números de telefone ou qualquer outro meio de telecomunicação.

Artigo 20.º

Elementos complementares

Poderá ainda ser exigida ao requerente a indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem necessários para a apreciação do pedido, nomeadamente:

a) A junção do termo de responsabilidade civil e do contrato de seguro civil para meio ou suporte que possa, eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;

b) Autorização de outros proprietários, possuidores ou titulares de outros direitos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição da mensagem publicitária pretendida.

Artigo 21.º

Suprimento das deficiências do requerimento inicial

1 — Deve ser proferido despacho de rejeição liminar do pedido, no prazo de 20 dias úteis, se o requerimento e os respectivos elementos instrutores apresentarem omissões ou deficiências.

2 — Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto no artigo 18.º («Pedido de licenciamento»), ou, caso seja necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas, deverá o requerente ser notificado para suprir as deficiências existentes no prazo de 20 dias contados a partir da data da notificação.

3 — A falta da indicação e ou apresentação dos elementos solicitados no prazo que lhe for estabelecido no âmbito do número anterior implica o arquivamento do processo.

4 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, e caso seja efectuado novo pedido para o mesmo fim, é dispensada a apresentação dos documentos utilizados anteriormente que se mantêm válidos e adequados.

Artigo 22.º

Jurisdição de outras entidades

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária estiver sujeito a jurisdição de outra entidade, a Câmara Municipal solicitará a essa entidade, nos 15 dias seguintes à data de entrada do requerimento ou da junção dos elementos complementares, parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 — Os pareceres referidos no número anterior, caso não sejam emitidos no prazo máximo de 15 dias, serão tidos como favoráveis.

3 — A licença ou aprovação não poderá ser concedida sem prévio parecer favorável das entidades com jurisdição nos locais onde a publicidade for perceptível.

Artigo 23.º

Deferimento

1 — Em caso de deferimento, o requerente dispõe de 15 dias úteis para levantar o alvará de licença e proceder ao pagamento da taxa, de acordo e nos termos da regulamentação em vigor.

2 — O levantamento da licença fica condicionado à entrega da cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil. Os anunciantes e as empresas de publicidade são solidariamente responsáveis pela indemnização dos prejuízos causados a terceiros por essa publicidade.

3 — A autorização conferida será cancelada se não for levantada a licença e paga a taxa dentro do prazo que conste no segundo aviso de pagamento.

4 — O titular da licença só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa referida na tabela de taxas.

5 — A notificação da decisão deve incluir a indicação do local e do prazo para o levantamento do alvará de licença e para o pagamento da taxa respectiva.

6 — A Câmara Municipal pode exigir, se achar conveniente, parecer da corporação local de bombeiros.

Artigo 24.º

Condições de indeferimento

O pedido de licenciamento é indeferido com base em qualquer dos seguintes fundamentos:

a) Não se enquadrar no princípio geral estabelecido no artigo 9.º («Princípio geral»);

b) Não respeitar as proibições estabelecidas nos artigos 10.º («Segurança de pessoas e bens») a 15.º («Conteúdo da mensagem publicitária»);

c) Não respeitar as características gerais e as regras sobre a instalação de suportes publicitários estabelecidas no capítulo v («Suportes publicitários e outros»);

d) Não respeitar as condições técnicas específicas estabelecidas nos capítulos vi («Publicidade e outras utilizações do espaço público») a vii («Afixação de publicidade no centro histórico de Celorico da Beira e na aldeia de Linhares da Beira»);

e) Não respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a actividades ruidosas, quando se tratar de licenciamento de publicidade sonora, nos termos do artigo 61.º («Condições de licenciamento»);

f) Não cumprir o estabelecido nos artigos 18.º («Pedido de licenciamento») e 21.º («Suprimento das deficiências do requerimento inicial»);

g) Existirem débitos à autarquia por dívidas relacionadas com a publicidade e ou outras utilizações do espaço público.

Artigo 25.º

Notificação da decisão

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento de publicidade deve ser proferida no prazo máximo de 30 dias úteis, contado da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à decisão, nos termos dos artigos 18.º («Pedido de licenciamento»), 20.º («Elementos complementares») e 22.º («Jurisdição de outras entidades»).

2 — O alvará de licença deve sempre especificar as obrigações e condições a cumprir pelo titular, nomeadamente:

- a) O objecto do licenciamento;
- b) O local e a área permitidos para se efectuar a ocupação;
- c) A descrição dos elementos a utilizar;
- d) O prazo de duração;
- e) O prazo para comunicar a não renovação;
- f) Os deveres do titular constantes dos artigos 30.º («Obrigações do titular») a 32.º («Utilização continuada»);
- g) Obrigações de entrega do meio ou suporte, a título gratuito, durante os períodos de campanha eleitoral, sempre que a Câmara o notifique para esse efeito.

Artigo 26.º

Responsabilidade civil

1 — Os proprietários dos suportes publicitários respondem civil e solidariamente, nos termos do direito comum, com a agência e o anunciante, pelos prejuízos causados a outrem, em virtude da difusão de mensagens publicitárias ilícitas.

2 — O anunciante eximir-se-á da responsabilidade contemplada no número anterior caso demonstre não ter tido prévio conhecimento da mensagem publicitária veiculada.

Artigo 27.º

Emissão, renovação e cessação da licença

1 — A Câmara Municipal poderá deliberar a cessação da licença concedida nos termos deste Regulamento no termo do prazo referido no n.º 3 do artigo 19.º («Regime de licenciamento e de aprovação») quando, após a afixação ou instalação de publicidade, se verificar que:

- a) Provoca a obstrução de perspectivas panorâmicas de valor ou afecte a estética ou o ambiente dos lugares ou das paisagens;
- b) Prejudica a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais e de edifícios de interesse público;
- c) Apresenta disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com sinalizações de tráfego.

2 — A Câmara Municipal poderá deliberar a cessação da licença concedida nos termos deste Regulamento, em qualquer época do ano, quando, após a afixação ou instalação de publicidade, se verificar que:

- a) Causa prejuízos a terceiros;
- b) Afecta a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente da circulação rodoviária ou ferroviária.

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

4 — A licença de instalação e de exploração inicial de anúncios luminosos ou outros cuja taxa é paga anualmente findará em 31 de Dezembro do ano em que for passada.

5 — A pedido do requerente, a licença pode ser requerida por prazo inferior.

6 — A licença requerida para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias relativas a evento a ocorrer em data determinada caducará no termo dessa data.

7 — A licença que seja concedida até ao termo do ano civil a que o licenciamento diz respeito renova-se automaticamente e sucessivamente por igual período, desde que seja cumprido o artigo 18.º e o interessado pague a respectiva taxa, salvo se:

- a) A Câmara Municipal notificar por escrito o titular de decisão em sentido contrário e com a antecedência mínima de 30 dias corridos antes do termo do prazo respectivo;
- b) O titular comunicar por escrito à Câmara Municipal intenção contrária e com a antecedência mínima de 30 dias úteis.

A renovação de licenças de publicidade ou o licenciamento de novas posições destinadas à colocação de publicidade ficarão condicionados pelo cumprimento dos prazos normais de pagamento das taxas devidas à Câmara, independentemente da execução da dívida nos termos do processo tributário.

Artigo 28.º

Revogação

A licença para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias pode ser revogada a todo o tempo pela Câmara Municipal sempre que:

- a) Situações excepcionais de imperioso interesse público assim o exigirem;
- b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado em virtude do licenciamento;
- c) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação da mensagem publicitária para a qual haja sido concedida a licença, salvo no caso de painéis publicitários de exploração comercial;
- d) O titular da licença proceda à substituição, alteração ou modificação do suporte publicitário para a qual tenha sido concedida a licença.

Artigo 29.º

Inutilização de mensagens indevidas

Os proprietários ou possuidores de locais onde forem inscritas ou afixadas mensagens publicitárias com violação do preceituado no presente Regulamento podem destruir, apagar, rasgar ou por outra qualquer forma inutilizar os meios utilizados e as imagens publicitárias difundidas.

CAPÍTULO IV

Deveres do titular

Artigo 30.º

Obrigações do titular

O titular da licença de publicidade e outras utilizações do espaço público fica vinculado às seguintes obrigações:

- a) Não poderá proceder à adulteração dos elementos tal como aprovados, ou a alterações da demarcação efectuada;
- b) Não poderá proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade autorizada nos termos do presente Regulamento;
- c) Não poderá proceder à cedência da utilização a outrem, mesmo que temporariamente;
- d) Manter a mensagem e o suporte publicitário em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;

e) Retirar a mensagem publicitária e o respectivo suporte, findo que seja o prazo de validade da licença ou caso não haja renovação automática;

f) Repor a situação existente no local tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença;

g) Cumprir as condições gerais ou específicas a que a licença está sujeita;

h) Eliminar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação da mensagem publicitária.

Artigo 31.º

Conservação e manutenção

1 — O titular da licença deve conservar os suportes publicitários e demais equipamentos de apoio que utiliza nas melhores condições de apresentação, higiene e arrumação.

2 — O titular da licença deve proceder, com a periodicidade e a prontidão adequadas, à realização de obras de conservação dos seus suportes publicitários e demais equipamentos de apoio.

Artigo 32.º

Utilização continuada

1 — Sem prejuízo do cumprimento dos limites horários estabelecidos para o exercício da actividade, o titular da licença deve fazer dela uma utilização continuada, não a podendo suspender por um período superior a 30 dias úteis por ano, salvo caso de força maior.

2 — Para tanto, terá de dar início à utilização nos 15 dias úteis seguintes à emissão da licença ou nos 15 dias úteis seguintes ao termo do prazo que tenha sido assinalado para realização de obras de instalação ou de conservação.

CAPÍTULO V

Suportes publicitários e outros

Artigo 33.º

Conceitos

1 — Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

a) «Chapa» suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso com a sua maior dimensão não excedendo 0,6 m e a máxima saliência de 0,03 m, usualmente utilizado para divulgar escritórios, consultórios médicos ou outras actividades similares;

b) «Placa» suporte não luminoso afixado em paramento visível com ou sem emolduramento e não excedendo na sua maior dimensão 1,5 m, usualmente utilizado para divulgar escritórios, consultórios médicos ou outras actividades similares;

c) «Tabuleta» suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagem publicitária em ambas as faces, com a sua maior dimensão não excedendo 0,5 m de largura e 0,4 m de altura;

d) «Letras soltas ou símbolos» mensagem publicitária não luminosa directamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;

e) «Toldo» toda a cobertura amovível que sirva de elemento de protecção contra agentes climatéricos, feita em lona ou material idêntico, rebatível, aplicável a vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais, no qual está inserida uma mensagem publicitária;

f) «Sanefa» elemento vertical de protecção contra agentes climatéricos feito de lona ou material idêntico, aplicável a arcadas ou vãos vazados de estabelecimentos comerciais;

g) «Pala» todo o elemento rígido, com estrutura autónoma, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas, com função decorativa e de protecção contra agentes climatéricos, contendo uma mensagem publicitária;

h) «Painel» dispositivo constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias, estático ou rotativo, envolvido por uma moldura, e estrutura de suporte fixada directamente ao solo, com ou sem iluminação;

i) «Mupis» peça de mobiliário urbano com duas faces, dotado de iluminação interior, concebida para servir de suporte à afixação de cartazes publicitários (uma delas contém mensagem de publicidade, podendo conter na outra face informação);

j) «Pendão» suporte publicitário em pano, lona, plástico ou outro material não rígido, fixo a um poste ou equipamento semelhante, que apresenta como forma característica o predomínio acentuado da dimensão vertical;

k) «Bandeira» insígnia, inscrita em pano, de uma ou mais cores, identificativa de países, entidades, organizações e outros, ou com fins comerciais;

l) «Bandeirola» suporte publicitário rígido, fixo a um poste, candeeiro ou outro equipamento semelhante, que apresente como forma característica a figura de um quadrado ou retângulo;

m) «Lona/tela» dispositivo de suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, afixada nas empenas dos edifícios ou noutros elementos de afixação;

n) «Anúncio» suporte instalado nas fachadas dos edifícios, com mensagem publicitária em uma ou ambas as faces, com ou sem iluminação;

o) «Anúncio luminoso» todo o suporte que emita luz própria;

p) «Anúncio iluminado» todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;

q) «Anúncio electrónico» sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de TV, vídeo e similares;

r) «Blimp», «balão», «zeppelin», «insuflável e semelhantes» todos os suportes que para a sua exposição no ar careçam de gás, podendo ou não estabelecer-se a sua ligação ao solo por elementos de afixação;

s) «Unidades móveis publicitárias» a que se refere a dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos terrestres, fluviais ou aéreos, seus reboques ou similares;

t) «Cartaz», «dístico colante e outros semelhantes» todo o meio publicitário temporário, constituído por papel ou tela, colocado ou por outro meio afixado directamente em local que confine com a via pública;

u) «Moldura» dispositivo constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias, estáticos ou rotativos, envolvido por uma moldura, afixada nas empenas dos edifícios ou outros elementos de afixação;

v) «Coluna publicitária» suporte de publicidade urbano de forma predominantemente cilíndrica, dotada de iluminação interior, apresentando por vezes uma estrutura dinâmica que permite a rotação das mensagens publicitárias;

w) «Faixas/fitas» suportes de mensagem publicitária, inscrita em tela e destacada da fachada do edifício;

x) «Vitrina» qualquer mostrador envidraçado ou transparente, colocado no paramento dos edifícios, onde se expõem objectos à venda em estabelecimentos comerciais;

y) «Expositor» qualquer estrutura de exposição destinada a apoiar estabelecimentos de comércio.

2 — Os suportes tipificados no número anterior, independentemente da mensagem inscrita ter ou não natureza publicitária, estão sujeitos ao cumprimento do disposto no presente Regulamento.

3 — Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

a) «Publicidade instalada em pisos térreos» a que se refere aos dispositivos publicitários instalados ao nível da entrada dos edifícios, nos locais das obras e nas montras dos estabelecimentos comerciais;

b) «Empena» parede lateral de um edifício, sem vãos;

c) «Publicidade afecta ao mobiliário urbano» a publicidade em suporte próprio, concedida para ser instalada em peças de mobiliário urbano ou equipamento existentes no espaço público, geridos e ou pertencentes ao município;

d) «Publicidade sonora» toda a difusão de som, com fins comerciais, emitida no espaço público, dele audível ou perceptível;

e) «Campanhas publicitárias de rua» todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero, que impliquem acções de rua e o contacto directo com o público.

Artigo 34.º

Regras gerais

1 — Na concepção dos suportes publicitários deve optar-se por um desenho caracterizado por formas planas, sem arestas vivas, elementos pontiagudos ou cortantes, devendo ainda utilizar-se materiais resistentes ao impacto, não combustíveis, combustíveis ou corrosivos e, quando for caso, um sistema de iluminação estanque e inacessível ao público.

2 — Os suportes publicitários de dimensão horizontal inferior a 4 m deverão possuir um único elemento de afixação ao solo.

3 — Os suportes publicitários não devem provocar o encadeamento dos condutores e peões, pelo que deverão ser utilizados preferencialmente, vidros anti-reflexo e materiais sem brilho.

4 — Nos suportes publicitários com iluminação própria, a emissão de luz terá de ser inferior a 200 candelias/metro quadrado, sempre que estejam instalados junto a faixas de rodagem.

5 — Os suportes publicitários com iluminação própria deverão possuir, preferencialmente, um sistema de iluminação económico, nomeadamente painéis fotovoltaicos com aproveitamento de energia solar, de modo a promover a utilização racional de energia e a minimização dos impactos ambientais associados.

6 — A implantação de suportes publicitários não pode ainda dificultar o acesso a casas de espectáculo, pavilhões desportivos e edifícios públicos, bem como a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais, nem a circulação pedonal.

Artigo 35.º

Projectos de utilização do espaço público

1 — A Câmara Municipal poderá aprovar projectos de utilização do espaço público, estabelecendo os locais onde se poderão instalar elementos de publicidade e outras ocupações, bem como as características, formais e funcionais, a que deverão obedecer.

2 — As utilizações do espaço público com suportes publicitários, que se pretendam efectuar em áreas de intervenção que venham a ser definidas pela Câmara Municipal, terão de obedecer cumulativamente ao disposto no presente Regulamento e às condições técnicas complementares, que se encontram definidas.

CAPÍTULO VI

Publicidade e outras utilizações do espaço público

SECÇÃO I

Publicidade afecta a equipamento urbano ou autónomo

Artigo 36.º

Dimensões de painéis, mupis e semelhantes

1 — Os painéis devem ter as seguintes dimensões:

- a) 2,4 m de largura por 1,75 m de altura;
- b) 4 m de largura por 3 m de altura;
- c) 8 m de largura por 3 m de altura;
- d) A altura mínima entre a aresta inferior e o solo será igual ou superior a 2,2 m;
- e) A estrutura do suporte deve ser metálica e na cor que melhor se integre na envolvente, não podendo manter-se no local sem mensagem por período superior a 30 dias corridos;
- f) Na estrutura deve ser afixados, no canto superior direito, de modo bem visível, a identidade do titular, bem como o número do alvará da licença e o ano.

2 — Podem ser licenciados, a título excepcional devidamente fundamentado, painéis com outras dimensões desde que não sejam postos em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

3 — Os painéis deverão estar sempre nivelados, excepto quando se localizem em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socacos, acompanhando de forma harmoniosa a pendente do terreno.

4 — Os painéis não poderão dispor-se em banda contínua, devendo deixar entre si espaços livres de dimensão igual ou superior ao do comprimento dos painéis requeridos, e nunca inferiores a 8 m.

5 — As superfícies de afixação da publicidade não podem ser subdivididas.

Artigo 37.º

Colocação dos MUPI

1 — A colocação dos mupis não pode prejudicar a circulação de peões, reservando sempre um corredor da largura igual ou superior a 2 m, em relação à maior largura do suporte informativo, contados:

- a) A partir do rebordo exterior do lancil, em passeios;
- b) A partir do limite interior, ou balanço do respectivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios;

2 — A colocação deve ainda respeitar as seguintes condições:

- a) Não pode dificultar o acesso a estabelecimentos ou edifícios em geral, localizando-se a uma distância não inferior a 2 m das respectivas entradas;
- b) Observar uma distância igual ou superior a 2,5 m em relação a quaisquer outros elementos existentes na via pública.

Artigo 38.º

Condições de instalação

1 — Não podem ser afixados mupis em edifícios (salvo em casos especiais), nem ser colocados em frente de vãos dos mesmos.

2 — A estrutura de suporte deve ser metálica e de cor mais adequada ao ambiente e estética do local.

3 — Após o deferimento do pedido, o levantamento do respectivo alvará de licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato

Artigo 39.º

Outras disposições

Os suportes publicitários não poderão manter-se no local sem publicidade por mais de 30 dias, devendo o respectivo titular proceder, no prazo de 8 dias a contar da notificação, à sua remoção, sob pena de a Câmara Municipal poder proceder à mesma, debitando-lhe todos os custos.

Artigo 40.º

Condições de aplicação dos anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e semelhantes

Os anúncios colocados em saliências sobre fachadas estão sujeitos aos seguintes condicionamentos:

- a) Não podem exceder o balanço total de 1,5 m e devem ficar afastados, no mínimo, 0,5 m do limite exterior do passeio;
- b) A altura entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor que 2,6 m;
- c) Se o balanço não for superior a 0,2 m, a altura entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser menor que 2,2 m.

Artigo 41.º

Estrutura, termo de responsabilidade e seguro

1 — Os anúncios suportados por estruturas metálicas, instalados nas coberturas ou fachadas de edifícios e em espaços afectos ao domínio público, devem ficar encobertas, tanto quanto possível, e deverão ser pintadas da forma que melhor se adapte ao fim de as tornar menos notadas.

2 — Sempre que a instalação tenha lugar acima de 4 m do solo, deve ser obrigatoriamente junto ao requerimento inicial a que se refere o artigo 18.º («Pedido de licenciamento») um termo de responsabilidade assinado por técnico inscrito em associação profissional.

3 — Sempre que a instalação tenha lugar na cobertura do edifício, deverá ser junto ao requerimento um estudo de estabilidade do prédio.

4 — Após o deferimento de pedido, o levantamento da respectiva licença fica condicionado à entrega de cópia do contrato de seguro de responsabilidade civil, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da instalação e manutenção dos dispositivos publicitários.

Artigo 42.º

Condições de instalação de pendões, bandeiras e bandeirolas

A afixação deverá ser feita de modo que os dispositivos permaneçam oscilantes e em posição perpendicular ao eixo da via e deverão, preferencialmente, ser orientadas para o lado interior do passeio, não podendo a parte mais saliente ser inferior a 0,5 m medido na horizontal entre o limite do passeio e a linha vertical que passe pela aresta mais avançada do pendão ou bandeirola.

Artigo 43.º

Distância

1 — A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente do pendão ou da bandeirola não pode ser inferior a 2,2 m.

2 — A distância entre a parte inferior dos pendões ou das bandeirolas e o solo não pode ser inferior a 2,5 m, havendo passeios, ou a 3,5 m, inexistindo passeios.

3 — A distância entre pendões ou bandeirolas afixadas ao longo das vias não pode ser inferior a 50 m.

Artigo 44.º

Dimensões de pendões e bandeirolas

1 — Os pendões não deverão ultrapassar, em regra, as dimensões máximas de 2 m por 1 m.

2 — As bandeirolas devem ter uma das seguintes dimensões:

- a) 1,2 m de altura por 0,8 m de largura como limites máximos;
- b) 1 m de altura por 0,6 m de largura como limites mínimos.

3 — Poderão ser licenciadas, a título excepcional devidamente fundamentado, pendões e bandeirolas com outras dimensões desde que não fique posta em causa a visibilidade da sinalização de trânsito, nem o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

Artigo 45.º

Publicidade em estacionamento privado

1 — A inscrição de mensagens publicitárias pintadas em lugares de estacionamento privado, visíveis do domínio público, está sujeita a licenciamento prévio e deve observar os seguintes requisitos:

- a) Deve ser feita no centro da sua superfície;
- b) Não exceder a dimensão de 0,3 m × 0,4 m;
- c) A mensagem deve ser monocromática.

2 — A inscrição de mensagens publicitárias pintadas em bancadas de estádios ou outros equipamentos desportivos e culturais, visíveis do domínio público, está sujeita a licenciamento prévio.

Artigo 46.º

Máquinas de venda automática

A colocação de máquinas de venda automática no exterior dos estabelecimentos, quando haja ocupação de espaço público, carece de licença, não podendo, contudo, prejudicar a circulação de peões e deverá salvaguardar o ambiente e a estética dos respectivos locais.

SECÇÃO II

Publicidade instalada em edifícios

Artigo 47.º

Anúncios

1 — Salvo caso excepcional, quando a situação o justifique, não é permitida a instalação de mais de um anúncio por cada fracção autónoma ou fogo.

2 — Em regra, os anúncios não devem ser colocados acima do piso térreo.

3 — Em cada edifício, deverá procurar-se que os anúncios tenham todos o mesmo tamanho e que a sua instalação defina um alinhamento, deixando entre si distâncias regulares.

Artigo 48.º

Dimensões e distâncias a observar

1 — Os anúncios deverão ser considerados à escala dos edifícios onde se pretende instalá-los.

2 — Quando emitam luz própria, a espessura dos anúncios não deve exceder 0,2 m; quando não emitam luz própria, a sua espessura não deve exceder 0,05 m.

3 — A distância entre o bordo exterior do elemento não poderá ser inferior a 0,5 m, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano o justifique.

4 — Em ruas exclusivamente afectas ao trânsito de peões, mantém-se a altura indicada no número anterior, não podendo, contudo, o balanço exceder 5% da largura da rua, com o máximo de 1,2 m.

Artigo 49.º

Condições de aplicação das chapas

1 — As chapas não podem ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

2 — Em cada edifício, as chapas devem apresentar cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

3 — Não se poderão colocar chapas acima do nível de anúncios do 1.º andar dos edifícios.

Artigo 50.º

Condições de aplicação das placas

1 — As placas não podem ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitectónica das fachadas.

2 — Em cada edifício, as placas devem apresentar cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

3 — Não se poderão colocar placas acima do nível de anúncios do 1.º andar dos edifícios.

4 — Não sobrepor gradeamentos ou outras zonas vazadas de varandas.

5 — Salvo caso excepcional, quando a situação o justifique, não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fracção autónoma ou fogo.

6 — As placas de proibição de afixação de publicidade não podem exceder as dimensões de 0,35 m por 0,4 m e não podem ser colocadas próximo das placas toponímicas.

Artigo 51.º

Condições de aplicação das tabuletas

A instalação das tabuletas deve observar o seguinte:

- a) Não podem ser afixadas tabuletas a menos de 2,6 m de outra tabuleta previamente licenciada;
- b) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,6 m;
- c) Não pode exceder o balanço de 1,5 m em relação ao plano da fachada do edifício e 0,5 m da vertical do limite exterior do passeio.

Artigo 52.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

Os símbolos ou letras soltas não poderão:

- a) Exceder a altura de 0,4 m e de 0,1 m de saliência;
- b) Ocultar elementos decorativos ou outros de interesse na composição das fachadas, devendo ser aplicadas directamente sobre os paramentos das paredes.

Artigo 53.º

Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços

1 — A instalação de publicidade em telhados, coberturas ou terraços só será permitida quando observadas as seguintes condições:

- a) Não obstrua o campo visual envolvente, tanto no que se refere a elementos naturais como construídos;
- b) As estruturas de suporte dos dispositivos publicitários a instalar não assumam uma presença visual destacada e esteja assegurada a sua sinalização para efeitos de segurança.

2 — A altura máxima dos dispositivos publicitários a instalar em telhados, coberturas ou terraços dos edifícios deve obedecer aos seguintes limites:

- a) Não deve exceder um quarto da altura maior da fachada do edifício;
- b) Não deve, em qualquer caso, ter uma altura superior a 5 m;
- c) A sua cota máxima não deve ultrapassar, em altura, a largura do respectivo arruamento.

3 — Em casos devidamente justificados, a Câmara Municipal de Celorico da Beira poderá fixar limitações ao horário de funcionamento ou suprimir efeitos luminosos dos dispositivos.

Artigo 54.º

Publicidade instalada em fachadas

1 — Só é permitida a instalação de publicidade em fachadas, nomeadamente faixas ou fitas, a entidades localizadas no edifício.

2 — A colocação dos dispositivos publicitários referidos no número anterior só poderá conter o logótipo da entidade e ou a indicação da actividade principal e, excepcionalmente, a divulgação de eventos de interesse.

Artigo 55.º

Publicidade instalada em empenas

1 — A instalação de lonas publicitárias em empenas, nomeadamente molduras ou lonas/telas, só poderá ocorrer quando, cumulativamente, forem observadas as seguintes condições:

- a) As mensagens publicitárias e os suportes respectivos não excederem os limites físicos das empenas que lhes servem de suporte;
- b) O motivo publicitário a instalar seja constituído por um único dispositivo, não sendo por isso admitida mais de uma licença por local ou empena.

2 — Poderá ser exigida uma caução, de montante equivalente ao valor necessário para repor a situação original, nos casos de pintura de mensagens publicitárias em empenas ou fachadas laterais cegas de edifícios.

Artigo 56.º

Publicidade instalada em edifícios com obras em curso

1 — Na instalação de lonas publicitárias em prédios com obras em curso devem observar-se as seguintes condições:

- a) Têm de ficar avançadas em relação ao andaime ou tapume de protecção;
- b) Salvo casos devidamente fundamentados, só poderão permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, se os trabalhos

forem interrompidos por período superior a 30 dias, deverão ser removidas.

2 — À publicidade a instalar nos andaimes ou tapumes de protecção aplicam-se as regras estabelecidas nos artigos 64.º («Remoção») e 67.º («Caução») do presente Regulamento.

Artigo 57.º

Condições de aplicação e de manutenção de toldos

1 — Os toldos têm de ser rebatíveis, devendo ser, preferencialmente, utilizado material em lona e de um só plano de cobertura e a publicidade ser inscrita na sanefa.

2 — Só serão permitidas superfícies curvas nos casos em que o vão seja em arco.

3 — Na instalação de toldos e sanefas devem observar-se os seguintes limites:

a) Em passeios de largura igual ou superior a 2 m, a ocupação deverá deixar livre um espaço não inferior a 0,8 m em relação ao limite exterior do passeio;

b) Em passeios de largura inferior a 2 m, a ocupação deverá deixar livre um espaço não inferior a 0,5 m em relação ao limite exterior do passeio, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão da instalação de equipamento urbano o justifiquem;

c) Em caso algum a ocupação pode exceder o balanço de 3 m, bem como, lateralmente, os limites das instalações pertencentes ao respectivo estabelecimento;

d) A colocação dos toldos nas fachadas tem de respeitar a altura mínima de 2,2 m, medidos desde o pavimento do passeio à margem inferior da sanefa, a qual não deve exceder 0,2 m, salvo quando os elementos da fachada não o permitam;

e) Não exceder a linha do nível do tecto do estabelecimento a que pertencam;

f) Não exceder lateralmente os limites das instalações pertencentes ao titular da licença.

2 — É proibido afixar ou pendurar quaisquer objectos nos toldos e sanefas.

3 — As cores, padrões, decoração, pintura, desenhos e inscrições dos toldos não poderão por em causa a estética ou ambiente do local pretendido.

4 — Nos casos em que os estabelecimentos estejam inseridos em imóveis classificados ou em vias de classificação ou abrangidos por zonas de protecção dos mesmos, as únicas referências publicitárias permitidas são as respeitantes ao nome do estabelecimento e à actividade do mesmo e apenas quando inscritas na aba dos toldos e palas.

5 — No caso de aplicação de vários toldos ou palas no mesmo edifício, deve ser apresentado um estudo de conjunto para a salvaguarda da estética da fachada.

6 — É obrigatório manter os toldos e palas em bom estado de conservação e limpeza.

SECÇÃO III

Publicidade móvel e sonora

Artigo 58.º

Publicidade móvel

1 — Poderá ser licenciada publicidade em veículos que identifique a empresa, actividade, produtos, bens, serviços ou outros elementos relacionados com o desempenho principal do respectivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

2 — Poderá ainda ser licenciada publicidade em veículos relativa a empresas, actividades, produtos, bens, serviços ou outros elementos não relacionados com o desempenho principal do respectivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

3 — Excepcionalmente, poderá ser licenciada publicidade em veículos equiparados com estruturas próprias ou reboques, em circulação ou estacionamento, cuja finalidade principal seja a transmissão de mensagens publicitárias.

4 — Quando for utilizada em conjunto ou simultaneamente publicidade sonora, esta terá de observar as condições no artigo 60.º deste Regulamento.

Artigo 59.º

Restrições à publicidade móvel

1 — Só é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade em viaturas caso o estabelecimento que publicitem ou a actividade exercida pelo mesmo se encontrem devidamente licenciados.

2 — Não é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade nos vidros nem de forma a afectar a sinalização ou identificação do veículo.

3 — Não é autorizado o uso de luzes ou de material reflector para fins publicitários.

4 — A publicidade inscrita não pode fazer-se através de meios ou dispositivos salientes da carroçaria original dos mesmos.

5 — Não é permitida a projecção ou lançamento de panfletos ou de quaisquer outros produtos a partir de veículos.

6 — A afixação de publicidade em transportes públicos de passageiros está sujeita ao disposto neste Regulamento bem como a disposições fixadas por organismos competentes.

Artigo 60.º

Publicidade sonora

O exercício da actividade publicitária sonora, sem prejuízo do disposto no Regulamento Geral do Ruído, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 292/2000, de 14 de Novembro, está condicionado ao cumprimento das seguintes restrições:

a) Não é permitida a sua emissão, antes ou após o período compreendido entre as 9 e as 20 horas;

b) Salvo casos devidamente justificados, é interdito o exercício da actividade num raio de 200 m de edifícios de habitação, de hospitais ou similares e aos sábados, domingos e feriados;

c) As licenças previstas neste artigo só podem ser autorizadas por um período não superior a cinco dias úteis, não prorrogável, por trimestre e por entidade.

Artigo 61.º

Condições de licenciamento

1 — A difusão de publicidade através de meios sonoros fixos ou móveis é objecto de licenciamento temporário, devendo observar a legislação em vigor, nomeadamente a legislação sobre ruído.

2 — A difusão de publicidade sonora não está sujeita a licenciamento municipal por ocasião de festas tradicionais, sem prejuízo do respeito pelos limites referidos no número anterior.

Artigo 62.º

Seguro de blimps, balões, zepelins, insufláveis e semelhantes no ar

Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença fica condicionado à entrega, por parte do requerente, do contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO IV

Outros meios de publicidade

SUBSECÇÃO I

Cartazes, colantes e outros semelhantes

Artigo 63.º

Condições de aplicação

Só poderão ser afixados cartazes, dísticos colantes ou outros semelhantes nos seguintes locais:

a) Em vedações, tapumes, muros ou paredes ou outras vedações provisórias pertença dos interessados ou com autorização devidamente comprovada dos titulares do direito sobre os mesmos;

b) Nos locais do domínio público ou privado devidamente autorizados para o efeito.

Artigo 64.º

Remoção

1 — A publicidade licenciada afixada nos locais a que se refere o artigo anterior deverá ser removida pelos seus promotores ou beneficiários, no prazo de cinco dias úteis após a verificação do evento, devendo os mesmos proceder à limpeza do espaço ou área ocupados por aquela.

2 — Quando a remoção ou limpeza não sejam efectuadas no prazo previsto no número anterior, o município procederá à sua remoção, ficando os beneficiários da publicidade sujeitos, para além da contra-ordenação aplicável, ao pagamento das respectivas despesas.

Artigo 65.º

Caução

1 — Para garantia da remoção da publicidade, será exigido aos interessados um depósito de caução no montante igual ao dobro da taxa devida pela licença ou, em caso de isenção de taxa nos termos previstos no Regulamento Municipal de Taxas, igual ao valor da taxa a que haveria lugar.

2 — A prestação da garantia prevista no número anterior deve fazer-se simultaneamente com o pagamento da licença, ou com a sua emissão.

3 — Os serviços promoverão a restituição da garantia prestada, no prazo máximo de 30 dias seguidos, após verificação da remoção ou eliminação da publicidade e limpeza do espaço ou área por esta ocupado.

SUBSECÇÃO II

Campanhas publicitárias de rua

Artigo 66.º

Condições gerais

1 — As campanhas publicitárias de rua, nomeadamente as que ocorrem através de: distribuição de panfletos; distribuição de produtos; provas de degustação; ocupações de via pública com objectos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio, e outras acções promocionais de natureza comercial só poderão ocorrer quando observadas as condições dispostas nos capítulos II («Princípios») a V («Suportes publicitários e outros») e nos números seguintes.

2 — A distribuição dos produtos acima referidos só é autorizada em mão aos peões e sem prejudicar a sua circulação, sendo interdita a sua distribuição nas faixas de circulação rodoviária.

3 — A distribuição não poderá ser efectuada por arremesso.

4 — Salvo casos excepcionais, o período máximo autorizado para cada campanha de distribuição é de cinco dias, não prorrogável, em cada mês e para cada entidade.

5 — É obrigatória a remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha abandonados no espaço público, num raio de 100 m em redor dos locais de distribuição, pelo que, no final de cada dia e de cada campanha, não poderão existir quaisquer vestígios da acção publicitária ali desenvolvida.

6 — Qualquer equipamento de apoio à distribuição de produtos ou dispositivos de natureza publicitária que implique ocupação do espaço público não poderá ter uma dimensão superior a 2 m².

SUBSECÇÃO III

Outras utilizações do espaço público

Artigo 67.º

Vitrinas

1 — Apenas serão admitidas vitrinas para exposição de menus em estabelecimentos de restauração e bebidas, devendo localizar-se junto à porta de entrada do respectivo estabelecimento, preferencialmente encastradas.

2 — Na instalação de vitrinas apostas às fachadas de estabelecimentos do ramo alimentar observar-se-ão os seguintes limites:

a) As dimensões máximas permitidas para as vitrinas são de 0,3 m por 0,4 m;

b) Poderão ficar a uma altura mínima do solo não inferior a 1,4 m e máxima não superior a 1,8 m;

c) A respectiva saliência não poderá exceder 0,05 m a partir do plano marginal do edifício.

3 — Na instalação de vitrinas apostas às fachadas de estabelecimentos comerciais que não possuam montras observar-se-ão os seguintes limites:

a) Deverão ficar a uma altura mínima do solo não inferior a 0,4 m e não ultrapassar o limite superior dos vãos contíguos;

b) A respectiva saliência não poderá exceder 0,1 m do plano marginal do edifício.

Artigo 68.º

Licenciamento da exposição de artigos no exterior dos estabelecimentos

1 — A exposição de objectos ou artigos comerciais não poderá fazer-se nas fachadas dos prédios.

2 — A exposição de artigos no exterior dos respectivos estabelecimentos carece de licenciamento quando haja ocupação de espaço público; poderá porém, ser autorizada, a título excepcional, a exposição de objectos e artigos tradicionais ou outros, desde que não seja prejudicada a circulação de peões, bem como o ambiente e a estética dos respectivos locais.

3 — Fora do horário de funcionamento dos estabelecimentos, todos os equipamentos de apoio terão de ser retirados do espaço público.

4 — A exposição de jornais, revistas, livros e postais poderá fazer-se excepcionalmente nas fachadas dos prédios ou nos locais de venda, carecendo do necessário licenciamento.

CAPÍTULO VII

Afixação de publicidade no centro histórico de Celorico da Beira e na aldeia de Linhares da Beira

Artigo 69.º

Princípio geral

Não é permitida a colocação de publicidade ou outras utilizações do espaço público no centro histórico de Celorico da Beira, bem como em toda a aldeia de Linhares da Beira, que possa impedir a leitura de elementos construtivos de interesse patrimonial, histórico ou artístico, designadamente guardas de varandas de ferro, e elementos de granito, nomeadamente padieiras, ombreiras e peitoris, cornijas, cachorros e outros.

Artigo 70.º

Anúncios

1 — Não será permitida a colocação de anúncios de dupla face que prejudiquem enfiamentos visuais ao longo das vias.

2 — Os anúncios luminosos não podem ser colocados ao nível dos andares superiores, nem sobre telhados, palas, coberturas ou outras saliências dos edifícios.

3 — Os anúncios luminosos deverão ser instalados, preferencialmente, na parte superior dos vãos das portas ou janelas, montras existentes ao nível do rés-do-chão dos edifícios ou no interior dos mesmos.

4 — Em alternativa às caixas recobertas com chapas acrílicas, de iluminação interior, serão preferíveis como processos construtivos os dísticos ou motivos publicitários metálicos, recortados e salientes das fachadas, eventualmente com luz própria posterior rasante.

5 — Em atenção à obtenção de uma melhor iluminação publicitária do centro histórico de Celorico da Beira e na aldeia de Linhares da Beira e à revalorização luminosa dos imóveis, será dada preferência aos projectos de iluminação projectada indirecta da totalidade do respectivo edifício, com a colocação de pontos de luz para o efeito instalados em varandas e outros elementos salientes de modo a não serem perceptíveis das vias respectivas.

Artigo 71.º

Toldos

1 — Na instalação de toldos deverá ser utilizado preferencialmente material em lona, de um só plano de cobertura, oblíquo à fachada e a sua estrutura deverá ser articulada e de recolher.

2 — Os toldos só poderão ser instalados ao nível do rés-do-chão dos edifícios.

Artigo 72.º

Cartazes, bandeirolas e outros semelhantes

Não é permitida a afixação de cartazes, bandeirolas e outros semelhantes em todo a área do centro histórico de Celorico da Beira, bem como na aldeia de Linhares da Beira.

CAPÍTULO VIII

Contra-ordenações

Artigo 73.º

Contra ordenações, coimas e sanções acessórias

1 — Constitui contra-ordenação a violação do disposto no presente Regulamento, nomeadamente:

a) A falta de licenciamento, conforme o previsto no artigo 7.º («Obrigatoriedade do licenciamento»);

b) A ocupação ou utilização do espaço público sem alvará de licença em violação do disposto nos capítulos v («Suportes publicitários e outros») e vi («Publicidade e outras utilizações de espaço público»);

c) A adulteração dos elementos, tal como aprovados, ou a alterações da demarcação efectuada, conforme o artigo 30.º («Obrigações do titular»);

d) A transmissão da licença a outrem não autorizada, bem como a cedência de utilização do espaço licenciado, ainda que temporariamente, conforme o previsto nas alíneas b) e c) do artigo 30.º («Obrigações do titular»);

e) A não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença;

f) A não remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público dentro do prazo de remoção imposto;

g) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos, conforme o disposto no artigo 31.º («Conservação e manutenção»);

h) A violação do disposto no artigo 32.º («Utilização continuada»).

2 — A tentativa e a negligência são sempre puníveis.

Artigo 74.º

Competência para aplicação das coimas e sanções acessórias

1 — A competência para a instrução dos processos de contra-ordenações e a aplicação das coimas e sanções acessórias pertencem ao presidente Câmara Municipal de Celorico da Beira, podendo ser delegadas em qualquer dos seus membros.

2 — Ao montante das coimas, às sanções acessórias a às regras processuais aplica-se o regime de contra-ordenação a que alude o Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelos Decretos-Leis n.ºs 356/89, de 17 de Outubro, e 244/95, de 14 de Setembro.

Artigo 75.º

Direito subsidiário

Em tudo o que não esteja especialmente previsto no presente Regulamento recorrer-se-á à lei geral, aos princípios gerais de direito e ao disposto no Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 76.º

Fiscalização

A fiscalização das infracções ao presente Regulamento é da competência da fiscalização municipal e demais autoridades administrativas e policiais, de acordo com as suas competências.

Artigo 77.º

Remoção dos suportes publicitários

1 — Em caso da caducidade ou de revogação da licença, deve o respectivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários no prazo de 10 dias contados respectivamente da cessação da licença ou da notificação do acto de revogação.

2 — Não havendo lugar à renovação da licença por vontade do respectivo titular, o prazo a que alude o número anterior expira no termo do respectivo prazo de validade da licença.

3 — Não havendo lugar à renovação da licença por iniciativa municipal, a remoção deve ser efectuada no prazo fixado no respectivo mandado de notificação.

4 — Sempre que a Câmara Municipal proceda à remoção e arremovimento dos suportes publicitários, nos termos do presente artigo, o titular da licença ou o infractor é responsável pelo pagamento de todas as despesas correspondentes.

5 — Tratando-se de publicidade não licenciada, bem como de meios e suportes publicitários sem mensagem afixada, a Câmara procederá à remoção imediata da mensagem publicitária e à eliminação do respectivo meio de suporte, caso não seja possível a sua remoção.

6 — A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos que possam advir dessa remoção.

7 — A Câmara Municipal poderá remover as estruturas sem prévio aviso, quando estas não tenham painéis ou não tenham a indicação da licença.

8 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, pode a Câmara Municipal ordenar a remoção dos suportes publicitários sempre que se verifique qualquer das seguintes circunstâncias:

a) Afixação, inscrição ou difusão de publicidade sem prévio licenciamento ou em desconformidade com o estipulado neste Regulamento;

b) Desrespeito pelos termos do alvará de licenciamento, nomeadamente alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária ou do material autorizado a ser utilizado para a sua afixação

ou inscrição, exceptuando-se o caso da substituição das mensagens em painéis publicitários de exploração comercial.

9 — A utilização abusiva do espaço público impõe a remoção do facto no prazo de cinco dias, salvo outro especialmente previsto para o efeito, para além de coima aplicável.

10 — No caso de incumprimento do disposto no número anterior ou quando a utilização abusiva ponha em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma actuação urgente, Câmara Municipal procederá à remoção imediata.

11 — A perda, total ou parcial, dos meios ou suportes publicitários utilizados que possa resultar da remoção não confere direito a indemnização.

CAPÍTULO IX

Disposições finais

Artigo 78.º

Licenças em vigor e regularização de situações

1 — Não podem ser renovadas as licenças que, à data da entrada em vigor deste Regulamento, não sejam conformes com o que nele se dispõe.

2 — Não serão aplicadas coimas ou sanções acessórias aos responsáveis pela afixação de mensagens de publicidade não licenciadas, desde que sejam requeridas as respectivas licenças até quatro meses após a entrada em vigor do presente Regulamento.

Artigo 79.º

Caducidade

O direito de liquidar as taxas caduca se a liquidação não for validamente notificada ao sujeito passivo no prazo de quatro anos a contar da data em que o facto tributário ocorreu.

Artigo 80.º

Prescrição

1 — As dívidas por taxas prescrevem no prazo de oito anos a contar da data em que o facto tributário ocorreu.

2 — A citação, a reclamação e a impugnação interrompem a prescrição.

3 — A paragem dos processos de reclamação, impugnação e execução fiscal por prazo superior a um ano por facto não imputável ao sujeito passivo faz cessar a interrupção da prescrição, somando-se, neste caso, o tempo que decorreu após aquele período ao que tiver decorrido até à data da autuação.

Artigo 81.º

Garantias

1 — Os sujeitos passivos das taxas podem reclamar ou impugnar a respectiva liquidação.

2 — A reclamação é deduzida perante o órgão que efectuou a liquidação da taxa no prazo de 30 dias a contar da notificação da liquidação.

3 — A reclamação presume-se indeferida para efeitos de impugnação judicial se não for decidida no prazo de 60 dias.

4 — Do indeferimento tácito ou expresso cabe impugnação judicial para o tribunal administrativo e fiscal da área do município no prazo de 60 dias a contar do indeferimento.

5 — A impugnação judicial depende da prévia dedução da reclamação prevista no n.º 2 do presente artigo.

Artigo 82.º

Responsabilidade solidária

São considerados solidariamente responsáveis como arguidos, nos processos de contra-ordenações instaurados por violação das normas previstas neste Regulamento, aquele que aproveita a publicidade, o titular do suporte publicitário e ainda o distribuidor de publicidade.

Artigo 83.º

Regime transitório

1 — As licenças de publicidade e outras utilizações do espaço público emitidas até à entrada em vigor deste Regulamento serão reanalisadas pelos serviços, de forma a adaptá-las às regras do presente Regulamento.

2 — As situações que impliquem a apresentação de novo projecto para cumprimento do preceituado neste Regulamento beneficiarão de isenção de pagamento da taxa devida no ano da emissão da respectiva licença.

Artigo 84.º

Entrada em vigor

1 — O presente Regulamento entra em vigor 15 dias após a data da sua publicação no *Diário da República*, 2.ª série, e aplica-se aos processos iniciados após a sua entrada em vigor e aos processos pendentes.

2 — As licenças em vigor que não sejam conformes com os princípios contidos no presente Regulamento deverão conformar-se com este no prazo de um ano, sob pena de não renovação.

Artigo 85.º

Norma revogatória

O presente Regulamento revoga qualquer outro existente após a sua entrada em vigor.

Tabela de taxas**1.ª parte**

O licenciamento da publicidade, tal como se encontra definida no Regulamento de Publicidade, implica o pagamento das taxas constantes na presente tabela:

Artigo 1.º

Taxas

Publicidade exibida em:

1 — Painéis luminosos ou directamente iluminados:

Ocupando a via pública — por metro quadrado e por ano:

- a) Estáticos — € 34;
b) Rotativos — € 40;

Ocupando a via pública — por metro quadrado e por mês:

- a) Estáticos — € 3,5;
b) Rotativos — € 5;

Não ocupando a via pública — por metro quadrado e por ano:

- a) Estáticos — € 25;
b) Rotativos — € 35;

Não ocupando a via pública — por metro quadrado e por mês:

- a) Estáticos — € 2,5;
b) Rotativos — € 3.

2 — Painéis não luminosos:

Ocupando a via pública — por metro quadrado e por ano:

- a) Estáticos — € 24;
b) Rotativos — € 30;

Ocupando a via pública — por metro quadrado e por mês:

- a) Estáticos — € 2,5;
b) Rotativos — € 3;

Não ocupando a via pública — por metro quadrado e por ano:

- a) Estáticos — € 15;
b) Rotativos — € 25;

Não ocupando a via pública — por metro quadrado e por mês:

- a) Estáticos — € 2;
b) Rotativos — € 2,5.

3 — Mupis e semelhantes:

Ocupando a via pública:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 24;
b) Por metro quadrado e por mês — € 3,5;

Não ocupando a via pública:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 20;
b) Por metro quadrado e por mês — € 2,5.

4 — Moldura:

Ocupando a via pública:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 24;
b) Por metro quadrado e por mês — € 3,5;

Não ocupando a via pública:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 20;
b) Por metro quadrado e por mês — € 2,5.

Artigo 2.º

Publicidade em edifícios e outras construções

1 — Anúncios luminosos ou directamente iluminados:

Licenciamento inicial:

- a) Por metro quadrado ou fracção e por ano — € 25;
b) Por metro quadrado ou fracção e por mês — € 4;

Renovação — por metro quadrado ou fracção e por ano — € 20.

2 — Anúncios não luminosos:

Por metro quadrado ou fracção e:

- a) Por ano — € 25;
b) Por mês — € 2,5.

3 — Anúncios electrónicos, sistema de vídeo e similares:

Por metro quadrado e por ano:

- a) No local onde o anunciante exerce a actividade — € 75;
b) Fora do local onde o anunciante exerce a actividade — € 160;

Por metro quadrado e por mês:

- a) No local onde o anunciante exerce a actividade — € 10;
b) Fora do local onde o anunciante exerce a actividade — € 20.

4 — Frisos luminosos quando sejam complementares dos anúncios e não entrem na sua medição — por metro quadrado ou fracção e por ano — € 7,5.

5 — Chapas, placas e tabuletas:

Licenciamento inicial:

- a) Por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — € 25;
b) Por metro quadrado ou fracção e por mês ou fracção — € 4;

Renovação — por metro quadrado ou fracção e por ano — € 20.

6 — Letras soltas ou símbolos:

Por metro quadrado ou fracção de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade e por ano ou fracção — € 20;

Por metro quadrado ou fracção de um polígono rectangular envolvente da superfície do suporte publicitário considerado na sua globalidade e por mês ou fracção — € 2,5.

7 — Toldos/palás:

Por metro quadrado ou fracção e por ano — € 6;
Por metro quadrado ou fracção e por mês — € 1,5.

8 — Lonas ou telas publicitárias instaladas em empenas ou fachadas:

Iluminadas:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 30;
b) Por metro quadrado e por mês — € 3,5;

Não iluminadas:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 20;
b) Por metro quadrado e por mês — € 2,5.

9 — Lona ou tela publicitária instalada em andaime de obra:

Iluminadas:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 20;
b) Por metro quadrado e por mês — € 3;

Não iluminadas:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 15;
b) Por metro quadrado e por mês — € 2.

10 — Faixas/fitas anunciadoras sobre fachadas de prédios:

- a) Por metro quadrado e por ano — € 50;
b) Por metro quadrado e por mês — € 25;
c) Por metro quadrado e por semana — € 10;
d) Por cada e por dia — € 2,5.

11 — Cartazes em papel ou tela a afixar nas vedações, tapumes, muros, paredes e locais semelhantes, confinando com a via pública, onde tal não seja proibido e desde que seja apresentada autorização do proprietário:

11.1 — Em exclusivo, por concessão mediante concurso público.

11.2 — Não havendo exclusivo:

Por metro quadrado ou fracção de cada cartaz e por ano ou fracção — € 25;

Por metro quadrado ou fracção de cada cartaz e por mês ou fracção — € 2,5;

Por metro quadrado ou fracção de cada cartaz e por semana ou fracção — € 0,75.

12 — Cartazes em MUPI ou outro tipo de mobiliário:

Por metro quadrado ou fracção de cada cartaz e por ano ou fracção — € 60;

Por metro quadrado ou fracção de cada cartaz e por mês ou fracção — € 10;

Por metro quadrado ou fracção de cada cartaz e por semana ou fracção — € 2,5.

13 — Dísticos colantes e outros semelhantes:

Por metro quadrado e por ano — € 5;

Por metro quadrado e por mês — € 2;

Por metro quadrado e por semana — € 0,75.

Artigo 3.º

Publicidade móvel

1 — Publicidade em transportes públicos:

1.1 — Transportes colectivos:

a) Por metro quadrado por anuncio ou fracção e por ano — € 20;

b) Por metro quadrado por anuncio ou fracção e por mês — € 5;

1.2 — Em táxis:

Por veículo e por ano — € 100 — para aqueles que em duas ou quatro portas apresentarem dísticos colantes, sem apresentação do logótipo da Câmara Municipal ou actividades de interesse para o município;

Por veículo e por ano — isento — para aqueles que apresentarem nas duas portas de trás dísticos colantes apenas com o logótipo da Câmara Municipal ou actividades de interesse para o município.

2 — Publicidade móvel em carro ou outro qualquer tipo de locomoção, por anúncio ou reclamo:

Por metro quadrado e por ano — € 30;

Por metro quadrado e por mês — € 5;

Valor máximo por ano — € 150.

3 — Publicidade móvel em veículos:

a) Veículos ligeiros de passageiros, de mercadorias ou mistos:

Por veículo e por ano — € 50;

Por veículo e por mês — € 7;

b) Veículos pesados de passageiros, mercadorias ou mistos:

Por veículo e por ano — € 80;

Por veículo e por mês — € 10.

4 — Publicidade em outros meios de locomoção terrestre:

a) Por metro quadrado e por ano — € 30;

b) Por metro quadrado e por mês — € 5;

c) Por metro quadrado e por semana — € 3.

5 — Publicidade móvel em meios aéreos — por metro quadrado ou fracção e por dia — € 50.

Artigo 4.º

Publicidade sonora

1 — Aparelhos de rádio ou televisão, altifalantes ou outros aparelhos sonoros, fazendo emissões directas, com fins publicitários, na e para a via pública, por cada local de emissão:

a) Por ano — € 200;

b) Por mês — € 25;

c) Por semana — € 10;

d) Por dia — € 3.

2 — Aparelhos de emissão sonora instalados em viaturas ou reboques:

a) Por fracção e por ano — € 150;

b) Por fracção e por mês — € 20;

c) Por fracção e por semana — € 10;

d) Por fracção e por dia — € 7,5.

Artigo 5.º

Balões, insufláveis e semelhantes

Por cada e por semana — € 15;

Por cada e por dia — € 5.

Artigo 6.º

Máquinas de venda automática — por cada e por ano — € 25.

Artigo 7.º

Campanhas publicitárias de rua

1 — Distribuição de panfletos:

Por semana — € 30;

Por dia — € 10.

2 — Distribuição de produtos:

Por semana — € 30;

Por dia — € 5.

3 — Outras acções promocionais de natureza publicitária:

Por metro quadrado e por semana — € 30;

Por metro quadrado e por dia — € 5.

Artigo 8.º

Publicidade diversa

1 — Bandeiras — isentas;

2 — Pendões e outros semelhantes:

a) Por cada e por ano — € 120;

b) Por cada e por mês — € 20.

3 — Ocupação de via pública com esplanadas — por metro quadrado e por mês — € 2.

4 — Ocupação de via pública com estrado:

Por metro quadrado e por ano — € 15;

Por metro quadrado e por mês — € 2.

5 — Publicidade em guarda-ventos ou semelhantes:

Por cada e por ano — € 12;

Por cada e por mês — € 1,5.

6 — Exposição no exterior dos estabelecimentos ou dos prédios onde aqueles se encontram:

a) De jornais, revistas, livros ou postais — por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — € 2,5;

b) De fazendas, caixas de fruta, flores e semelhantes — por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — € 2,5;

c) De garrafas de gás — por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — € 2,5;

d) De materiais de construção — por metro quadrado ou fracção e por ano ou fracção — € 2,5;

e) De balanças, expositores e semelhantes:

Por metro quadrado e por ano — € 5;

Por metro quadrado e por mês — € 2,5;

f) Caixa de gelados, divertimentos mecânicos individuais e semelhantes:

Por cada e por ano — € 12;

Por cada e por mês — € 2;

g) Outras ocupações na via pública não incluídas nas alíneas anteriores:

Por metro quadrado e por ano — € 2,5;

Por metro quadrado e por mês — € 1,5;

h) De veículos ou outros:

Por cada e por ano — € 30;

Por cada e por mês — € 5;

i) Com *roulottes* ou carrinhas-bares:

Por cada uma e por mês — € 100;

Por cada uma e por semana — € 30;

Por cada uma e por dia — € 5.

7 — Vitruinas, mostradores e semelhantes, em lugar que enteste com a via pública:

a) Por metro quadrado e por ano — € 15;

b) Por metro quadrado e por mês — € 1,5.

8 — Placas de proibição de afixação de publicidade — por cada e por ano — € 25;

9 — Outra publicidade não incluída nos números anteriores:

- a) Por metro quadrado ou fracção e por ano — € 20;
- b) Por metro quadrado ou fracção e por mês — € 3;
- c) Por metro quadrado ou fracção e por dia — € 1,5.

Artigo 9.º

Quiosques e semelhantes — por metro quadrado e por mês — € 2,5.

Caso o valor a pagar seja superior a € 250, poderá a taxa ser paga em regime semestral.

Artigo 10.º

1 — Averbamento de substituição do titular de licenciamento de publicidade — € 25.

2 — Serviços de remoção de objectos colocados ilegalmente — pela remoção de cada publicidade colocada ilegalmente na via pública — € 50.

Artigo 11.º

Sempre que o pedido de renovação se efectue fora dos prazos fixados no Regulamento, será a taxa acrescida da percentagem de 25 %, não havendo lugar ao pagamento de coimas, salvo se, entretanto, tiver sido participada a contra-ordenação.

Artigo 12.º

1 — São devidos juros de mora pelo cumprimento extemporâneo da obrigação de pagamento de taxas.

2 — As dívidas que não forem pagas voluntariamente são objecto de cobrança coerciva.

Artigo 13.º

1 — Sendo os anúncios total ou parcialmente escritos em língua estrangeira, salvo quanto a firmas e marcas, será cobrado o dobro das taxas fixadas.

2 — A publicidade móvel apenas é licenciável pelo município onde os proprietários tenham residência permanente, sede, delegação ou representação independente da sua circulação por outros municípios.

3 — No momento da emissão do licenciamento da publicidade em cartazes, colantes e outros semelhantes deve ser efectuado depósito pelo montante correspondente ao dobro das taxas devidas, para garantia da remoção da publicidade.

Artigo 14.º

As taxas previstas na presente tabela serão actualizadas, anualmente, em função dos índices de inflação publicados pelo Instituto Nacional de Estatística.

2.ª parte

Artigo 15

1 — Estão isentos de taxas:

- a) O Estado e seus institutos, organismos autónomos personalizados, bem como as demais pessoas colectivas de direito público, de acordo com a Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto;
- b) As entidades a quem a lei confira tal isenção;
- c) A indicação da marca, do preço ou da qualidade colocados nos artigos à venda;
- d) Os anúncios destinados à identificação e localização de farmácias, de profissões médicas e paramédicas e de outros serviços de saúde, desde que se limitem a especificar os titulares e respectivas especializações, bem como as condições de prestação dos serviços correspondentes;
- e) As mensagens publicitárias colocadas ou afixadas dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando respeitantes a produtos ali fabricados ou comercializados;
- f) As mensagens colocadas ou afixadas em prédios urbanos com a simples indicação da venda ou arrendamento;
- g) As tabuletas colocadas nas obras de construção civil com a indicação do número de licença e de inscrição do técnico responsável pela sua execução;
- h) A simples afixação de cartazes e panfletos indicativos do dia, hora e local da realização de espectáculos públicos, de índole recreativa, cultural e desportiva, contanto que tal seja efectuado em locais especialmente destinados a efeito.

2 — Poderão ainda ser isentos do pagamento de taxas, total ou parcialmente, mas sujeitos a aprovação:

- a) As pessoas colectivas de direito público ou de utilidade pública administrativa, os partidos políticos e os sindicatos;
- b) As associações patronais, religiosas, culturais, desportivas ou recreativas legalmente constituídas e as comissões fabriqueiras de igrejas e capelas pelas actividades que se destinem, directamente, à realização dos seus fins estatutários;
- c) As instituições particulares de solidariedade social legalmente constituídas, pelas actividades que se destinem à realização dos seus fins estatutários;
- d) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas de construção e de outras instituições sem fins lucrativos, relativos a mensagens da actividade que prossigam;
- e) As cooperativas, suas uniões, federações e confederações, desde que constituídas, registadas e funcionando nos termos da legislação cooperativa, relativamente às actividades que se destinem à realização dos seus fins estatutários;
- f) A colocação e renovação das mensagens publicitárias a afixar em painéis e bandeirolas, desde que estes se encontrem licenciados.

3 — As isenções referidas no número anterior não dispensam o requerimento à Câmara Municipal das necessárias licenças, quando devidas, nos termos da lei ou dos regulamentos municipais.

4 — As isenções referidas no n.º 2 serão concedidas por deliberação da Câmara Municipal, mediante requerimento dos interessados e apresentação de prova de qualidade em que requerem e dos requisitos exigidos para a concessão da isenção.

5 — As isenções previstas na presente tabela de taxas não autorizam os beneficiários a utilizar meios susceptíveis de lesar o interesse municipal e não abrangem as indemnizações por danos causados no património municipal.

6 — Não estão abrangidas pelas isenções deste artigo todas as situações que colidam com a estética e a segurança pública.

Artigo 16.º

1 — É punida com coima a afixação de mensagens publicitárias que não respeitem os limites do capítulo VI as condições previstas nas respectivas licenças, o prazo de remoção ou ainda quando não tenham sido precedidas de licenciamento.

2 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento constitui contra-ordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 300 a € 2500, para pessoas colectivas, agravada para o dobro em caso de reincidência.

3 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não respeite as prescrições do licenciamento, designadamente quanto ao meio difusor, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado, constitui contra-ordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 200 a € 1500, para pessoas colectivas, agravada para o dobro em caso de reincidência.

4 — A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença constitui contra-ordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 250 a € 2500, para pessoas colectivas.

5 — A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado para esse efeito constitui contra-ordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 300 a € 2500, para pessoas colectivas.

6 — Para efeitos do disposto no presente artigo, presume-se responsável pela contra-ordenação o anunciante, salvo se este, no prazo de 10 dias úteis após a recepção da notificação da infracção, identificar outrem.

2611031026

CÂMARA MUNICIPAL DE FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO

Aviso n.º 13 045/2007

Concurso externo de ingresso para provimento de um lugar de técnico superior de 2.ª classe (estagiário) — Área de história

1 — Para os devidos efeitos se torna público que, por meu despacho de 5 de Julho de 2007, se encontra aberto, pelo prazo de 10 dias úteis a contar do dia imediato ao da publicação do presente aviso no *Diário da República*, concurso externo de ingresso para a admissão de um técnico superior de 2.ª classe (estagiário) da carreira técnica superior (área de história), do grupo de pessoal técnico superior, do quadro de pessoal desta autarquia.

1.1 — Quota de emprego (a preencher por pessoas com deficiência) — dar-se-á cumprimento ao estabelecido no artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 29/2001, de 3 de Fevereiro.