

CAPÍTULO XII

Disposições finais

Artigo 54.º

Interrupção do funcionamento do sistema municipal de recolha

Quando houver necessidade absoluta de interromper o funcionamento do sistema municipal de recolha e transporte dos resíduos sólidos, por motivos programados e com carácter de urgência, a Câmara Municipal avisará previamente os munícipes afectados com a interrupção.

Artigo 55.º

Omissões ao Regulamento

As dúvidas ou omissões surgidas quanto à interpretação e aplicação deste Regulamento serão resolvidas pela Câmara Municipal, tendo em atenção outras disposições legais aplicáveis.

Artigo 56.º

Norma revogatória

O presente Regulamento revoga todas as disposições constantes de posturas e regulamentos municipais que o contrariem.

Artigo 57.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor 15 dias após a sua publicação, nos termos do disposto no n.º 4 do artigo 29.º da Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto.

CÂMARA MUNICIPAL DE PAÇOS DE FERREIRA

Edital n.º 665/2003 (2.ª série) — AP. — Professor Arménio da Assunção Pereira, presidente da Câmara Municipal de Paços de Ferreira:

Faz público, para cumprimento do disposto no artigo 91.º 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 de acordo com a deliberação desta Câmara Municipal de 19 de Maio de 2003, que foi deliberado, por maioria, aprovar o texto do Regulamento Municipal sobre Publicidade, aprovado pela Assembleia Municipal de Paços de Ferreira na sua sessão ordinária de 27 de Junho de 2003, para efeito de publicação do mesmo Regulamento no *Diário da República*.

Para constar se publica este e outros de igual teor, que vão ser afixados nos lugares públicos e de costume deste município.

4 de Julho de 2003. — O Presidente da Câmara, *Arménio da Assunção Pereira*.

Regulamento de Publicidade**Preâmbulo**

O fenómeno publicitário é um facto que se encontra, na actualidade, fortemente enraizado na vida social, cultural e económica das populações, revelando-se, por um lado como um instrumento privilegiado e dinamizador da economia empresarial, como meio de divulgação de bens e serviços, por outro lado e como reverso, se não for orientada de forma adequada, constitui uma possibilidade, muito forte, de adulteração de panorâmicas urbanísticas, com total desrespeito pela ambiência das envolventes locais, pelo património cultural e histórico das regiões, constituindo também um foco de riscos para a segurança das pessoas e bens, em especial, para a segurança rodoviária porquanto desvia a atenção dos condutores, são, entre outros aspectos, causa eficiente para que o poder central tenha procedido à elaboração e aprovação de legislação, que se encontra dispersa, sobre colocação, inscrição e divulgação de mensagens publicitárias, cabendo às autarquias locais a densificação normativa, de adaptabilidade específica, em face da diversidade económico social local.

Nestas circunstâncias no uso dos poderes conferidos pelo artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, e alínea a) do

n.º 6 do artigo 64.º, para efeitos do disposto na alínea a) 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/02, de 11 de Janeiro, e ainda o artigo 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, procede-se à elaboração e propõe-se para aprovação o presente Regulamento Municipal sobre Publicidade, que tem por objectivo regular e disciplinar a instalação de mensagens publicitárias, no concelho de Paços de Ferreira.

O presente Regulamento, nos termos do artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 24/84, de 16 de Janeiro, foi submetido à apreciação pública — Edital n.º 37/2003, publicado no apêndice n.º 8 ao *Diário da República*, 2.ª série, n.º 13, de 16 de Janeiro de 2003 — para recolha de sugestões às quais foram devidamente analisadas e fundamentadas e posteriormente foi aprovado pela Assembleia Municipal em sessão ordinária de 27 de Junho de 2003, após aprovação pela Câmara Municipal, em reunião ordinária de 19 de Maio de 2003, nos termos que se segue:

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Âmbito de aplicação

1 — O presente diploma aplica-se a qualquer forma de publicidade, que poderá ser estática ou móvel, independentemente do suporte utilizado para a sua difusão.

2 — A afixação, inscrição e ou divulgação de mensagens publicitárias, de natureza e finalidade comercial ou industrial, obedece às regras gerais sobre publicidade e depende de licenciamento prévio das autoridades competentes.

3 — Não são consideradas actividades publicitárias, para efeitos do presente Regulamento:

- a) A afixação de editais, éditos, notificações e demais meios de informação, sempre que se relacionem, de forma mediata ou imediata:
 - i) Com o cumprimento das prescrições legais;
 - ii) Com a utilização de bens ou serviços públicos; ou
 - iii) No exercício da actividade informal da administração pública;
- b) A divulgação de mensagens de propaganda de natureza política;
- c) A divulgação de causas e a identificação de instituições sociais ou outras entidades ou colectividades sem fins lucrativos, nomeadamente culturais, desportivas, recreativas ou religiosas.

Artigo 2.º

Isenções

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

- a) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou nas suas montras, apenas visíveis no interior destes, quando forem respeitantes a produtos ali fabricados ou comercializados;
- b) Os anúncios colocados ou afixados em bens imóveis ou bens móveis com a simples indicação de venda, arrendamento, aluguer ou trespassse e desde que naqueles colocados;
- c) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;
- d) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, do símbolo de farmácia e de identificação de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, a profissão, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;
- e) As referências a patrocinadores de actividades promovidas pela Câmara Municipal, juntas de freguesia ou que estas entidades considerem de interesse público, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa que seria aplicável;

- f) A designação do nome de edifício;
- g) A difusão de dizeres que resultem de imposição legal;
- h) A afixação, nos produtos e ou nos estabelecimentos, de símbolos ou certificados de qualidade ou de origem;
- i) A indicação da marca, do preço ou da qualidade dos bens a comercializar, a título meramente informativo para o consumidor;
- j) Os anúncios respeitantes a serviços de transporte público colectivo.

Artigo 3.º

Direito aplicável

1 — O processo do licenciamento de mensagens publicitárias, previsto na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, rege-se na área do concelho de Paços de Ferreira, pelo presente Regulamento e subsidiariamente, para além da citada lei, pelo Código de Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro; pelo Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de Abril; pelo Decreto-Lei n.º 637/76, de 29 de Julho; Decreto-Lei n.º 13/71, de 23 de Janeiro; Decreto-Lei n.º 13/94, de 15 de Janeiro, e Código do Procedimento Administrativo.

2 — Em caso de substituição ou revogação de legislação referida no número anterior entende-se a remissão efectuada para o(s) novo(s) diplomas com as necessárias adaptações.

Artigo 4.º

Conceitos gerais

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

- a) Publicidade — qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com vista à comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços, bem como a comunicação de ideias, princípios, iniciativas ou instituições, bem como, a feita por entidades públicas, no exercício de outras actividades que tenham por objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços;
- b) Actividade publicitária — o 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, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes ou que efectuem as referidas operações;
- c) Mensagem publicitária — toda a mensagem que tenha por objectivo dirigir a atenção do público para um determinado bem ou serviço de natureza comercial com o fim de promover a sua aquisição ou utilização;
- d) Anunciante — a pessoa singular ou colectiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- e) Profissional ou agência de publicidade — a pessoa singular que exerce a actividade publicitária ou pessoa colectiva cuja actividade tenha por objecto o exercício da actividade publicitária;
- f) Suporte publicitário — o meio ou veículo utilizado para a colocação ou transmissão da mensagem publicitária;
- g) Destinatário — a pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por esta seja, por qualquer forma, mediata ou imediatamente cognoscível;
- h) Via pública — todos os espaços públicos ou afectos ao domínio público municipal, nomeadamente, passeios, avenidas, alamedas, ruas, praças, caminhos, pontes, viadutos, parques, jardins, lagos, fontes e demais bens do domínio público ou privado do município de Paços de Ferreira;
- i) Aglomerado urbano — para efeitos do presente Regulamento entende-se por aglomerado urbano:
 - 1) A área definida como tal e delimitada em plano municipal de ordenamento do território; ou
 - 2) O núcleo de edificações autorizadas, urbanisticamente consolidadas e respectiva área envolvente possuindo vias públicas pavimentadas, rede pública de energia eléctrica e rede de telefones;
- j) Estradas da rede nacional fundamental e complementar — as vias definidas como tal no plano rodoviário nacional.

Artigo 5.º

Definições

1 — Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

- a) Anúncio electrónico — o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens ou com a possibilidade de ligação a circuitos de televisão e vídeo;
- b) Anúncio iluminado — todo o suporte sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- c) Anúncio luminoso — todo o suporte que emite luz própria;
- d) *Blimp*, balão, *zeppelin*, insufláveis e semelhantes — todos os suportes que, para a sua exposição no ar, careçam de gás ou similar, podendo estabelecer-se a ligação ao solo por elementos de fixação;
- e) Bandeirola — todo o suporte afixado em poste ou candeeiro;
- f) Chapa — suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, com uma dimensão que não exceda a superfície de 1 m² e uma saliência que não exceda 30 cm;
- g) Toldo — toda a cobertura amovível que sirva para abrigar do sol ou da chuva, aplicáveis a vãos de porta, janelas, montras e fachadas de estabelecimentos comerciais e onde estejam inscritas mensagens publicitárias;
- h) Cartaz — toda a mensagem publicitária ou de propaganda inscrita em papel, tecido ou plástico para afixação;
- i) Letras soltas ou símbolos — mensagens publicitárias aplicadas directamente nas fachadas dos edifícios, constituídas por um conjunto formado por suportes não luminosos, individuais para cada letra ou símbolo;
- j) *Mupi* — tipo de mobiliário urbano destinado a publicidade, podendo, em alguns casos, conter informação;
- k) Painel — suporte constituído por moldura e respectiva estrutura, fixado directamente no solo;
- l) Placa — suporte não luminoso afixado em paramento visível, com ou sem emolduramento, e não excedendo a superfície de 3 m²;
- m) Tabuleta — suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagens publicitárias nas faces;
- n) Vitrinas — qualquer mostrador envidraçado ou transparente, colocado no paramento das fachadas dos edifícios, onde se expõem objectos para venda;
- o) Anúncio sonoro — toda a mensagem publicitária que é difundida para o público pela utilização de altifalantes ou outros meios semelhantes;
- p) Panfletos — toda a mensagem publicitária escrita, difundida por meio de papel, de dimensão não superior a uma folha de tamanho A4, afixada em qualquer local acessível e visível pelo destinatário ou distribuída ao domicílio.

2 — Todas os meios, instrumentos, veículos ou outros objectos utilizados para transmitir mensagens publicitárias, não incluídas no número anterior são, para efeitos do presente Regulamento, considerados outros suportes publicitários.

3 — Para efeitos do disposto no número anterior poderá o presidente da Câmara Municipal definir, através do procedimento de orientações genéricas, o significado atribuído a outras formas de mensagens publicitárias.

CAPÍTULO II

Processo de licenciamento

SECÇÃO I

Disposições gerais

Artigo 6.º

Licenciamento prévio

A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em bens ou espaços afectos ao domínio público ou deles visíveis, carece de licenciamento prévio pela Câmara Municipal.

Artigo 7.º

Competência

Compete ao presidente da Câmara Municipal, com possibilidade de delegar, decidir quanto ao pedido do licenciamento de colocação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias.

SECÇÃO II

Limites ao licenciamento

Artigo 8.º

Restrições de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico

1 — Não podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico, nomeadamente:

- a) Imóveis classificados, em fase de processo de classificação ou susceptíveis de virem a ser classificados de interesse nacional, público ou municipal;
- b) Imóveis onde funcionem, em exclusivo, serviços públicos;
- c) Imóveis contemplados com prémios de arquitectura;
- d) Templos de culto religioso e cemitérios;
- e) Estabelecimentos de ensino;
- g) Árvores e espaços verdes.

2 — As limitações previstas nas alíneas a) a e) do número anterior podem não ser aplicadas:

- a) Sempre que a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da actividade exercida nos imóveis em causa;
- b) Sempre que estejam em causa motivos de relevante interesse público.

Artigo 9.º

Restrições impostas pela segurança pública e pela circulação de pessoas e veículos

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não pode ser licenciada sempre que prejudique:

- a) A segurança de pessoas e bens, nomeadamente, a circulação rodoviária;
- b) A iluminação pública;
- c) A visibilidade de placas toponímicas, semáforos e demais sinais de trânsito;
- d) A circulação de peões;
- e) A circulação de veículos.

2 — Não podem, da mesma forma, ser licenciadas a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias:

- a) Quando não fique um espaço livre para a circulação pedonal de, no mínimo, 1,50 m;
- b) Nos postes ou candeeiros de iluminação;
- c) Nos semáforos e demais sinais de trânsito;
- d) Nos corredores para peões ou para suporte de sinalização;
- e) A menos de 5 m do início ou do fim das rotundas, cruzamentos e entroncamentos.

3 — As limitações referidas na alínea a), d) e e) do número anterior podem não ser respeitadas sempre que daí não resulte qualquer prejuízo para a segurança de pessoas, bens e para o trânsito.

Artigo 10.º

Restrições estéticas e ambientais

Não podem ser emitidas licenças para a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias que, por si só ou através dos meios de suporte que utilizam, afectem a estética ou o ambiente dos lugares e ou a beleza da paisagem, ou causem danos a terceiros.

Artigo 11.º

Restrições de ordem pública

A afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias não pode colocar em causa ou em perigo a ordem e a segurança pública, designadamente mensagens de conteúdo pornográfico ou semelhantes.

Artigo 12.º

Ortografia

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

2 — A inclusão de palavras e expressões estrangeiras só poderá ser autorizada nas seguintes situações:

- a) Quando se trate de marcas registadas ou demonstrações de firmas;
- b) Quando se trate de nomes de figurantes, artistas, bem como títulos de espectáculos cinematográficos, teatrais, de variedades ou desportivos.

3 — As restrições previstas nos números anteriores poderão ser derogadas por motivos devidamente fundamentados.

CAPÍTULO III

Regime e processo de licenciamento

SECÇÃO I

Tramitação

Artigo 13.º

Requerimento inicial

1 — A emissão de licença para afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias depende de requerimento dirigido ao presidente da Câmara Municipal.

2 — O requerimento inicial tem de dar entrada com, pelo menos, 30 dias de antecedência, relativamente ao início do prazo pretendido, para a respectiva colocação, inscrição ou divulgação da mensagem publicitária.

3 — O licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias através de meios ou suportes que, por si só, exijam licenciamento ou autorização para obras de construção civil deve ser requerido, cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

4 — Os restantes meios ou suportes, cujo fim principal seja a publicidade, estão apenas sujeitos a licenciamento para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 14.º

Instrução do pedido

1 — O requerimento deve conter obrigatoriamente:

- a) O nome, a identificação fiscal e a residência ou sede do requerente;
- b) A indicação exacta do local, do meio de fixação ou do suporte a utilizar;
- c) O período de utilização pretendido.

2 — Ao requerimento e em duplicado deve ser junto:

- a) Desenho do meio de fixação ou do suporte a utilizar com indicação da forma, dimensão, balanço e distâncias ao extremo do passeio respeitante;
- b) Memória descritiva, com indicação do tipo de construção e materiais aplicáveis;
- c) Plantas de localização à escala 1:10 000 (PDM) e 1:2000, fornecidas pela Câmara Municipal, com indicação do local previsto para a instalação;
- d) Fotografias do local;
- e) Documento de legitimidade, quando aplicável;
- f) Outros elementos que o requerente entenda útil esclarecer na sua pretensão.

3 — Quando a implantação pretendida se situe em zonas de jurisdição de outras entidades ou zonas de protecção a imóveis de interesse nacional, público ou municipal, além dos elementos referidos no número anterior, devem ser entregues tantas cópias quantas as entidades a consultar.

4 — Conjuntamente com o requerimento, deve ainda ser apresentado documento comprovativo de que o requerente é proprietário, co-proprietário, possuidor ou arrendatário dos bens afectos ao domínio privado onde se pretenda afixar ou inscrever a men-

sagem publicitária, ou, se o não for, juntar autorização escrita do respectivo proprietário ou possuidor, bem como documento comprovativo dessa qualidade.

Artigo 15.º

Elementos complementares

1 — Após a data da entrada do pedido de licenciamento, a que se refere o artigo 14.º, podem ser solicitados os seguintes elementos:

- a) A indicação de outros elementos ou esclarecimentos, sempre que se verifiquem dúvidas susceptíveis de comprometer a apreciação do pedido;
- b) Autorização de outros proprietários, co-proprietários ou locatários, por escrito e com as respectivas assinaturas devidamente reconhecidas, no caso de pessoas colectivas, ou a junção de fotocópia do bilhete de identidade, no caso de pessoas singulares, que, justificadamente, nos termos legais, possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição da publicidade pretendida;
- c) Desenho, à escala 1:20 que pormenorize a instalação da publicidade, indicando as distâncias a outros elementos publicitários ou outros elementos arquitectónicos mais próximos, bem como do limite do passeio.

2 — O processo será arquivado, se não forem indicados ou entregues os elementos ou esclarecimentos complementares, no prazo máximo de 10 dias, contados da data da notificação, que solicite a entrega de algum dos elementos referidos no número anterior.

3 — O prazo referido poderá ser prorrogado até 30 dias a pedido de requerente.

Artigo 16.º

Saneamento e apreciação liminar

1 — Compete ao presidente da Câmara Municipal, que poderá delegar esta competência, apreciar e decidir as questões de ordem formal e processual que possam obstar ao conhecimento do pedido de licenciamento.

2 — O presidente da Câmara Municipal profere despacho de rejeição liminar do pedido no prazo máximo de 10 dias, se o requerimento e os respectivos elementos instrutores apresentarem omissões ou deficiências.

3 — Quando as omissões ou deficiências sejam susceptíveis de sanção ou quando forem necessárias cópias adicionais, o presidente da Câmara Municipal manda notificar o requerente para, no prazo de 10 dias, completar ou corrigir as deficiências verificadas, sob pena de rejeição do pedido.

4 — A notificação referida no número anterior suspende os termos ulteriores do processo e dela deve constar, de uma só vez, a menção de todos os elementos em falta ou a corrigir.

5 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, fica o interessado, que requeira novo licenciamento para o mesmo fim, dispensado de apresentar os documentos utilizados no pedido anterior, que se mantenham válidos e adequados, desde que requerido.

6 — Na ausência do despacho previsto nos n.ºs 2 e 3 considera-se o pedido de licenciamento correctamente instruído.

Artigo 17.º

Prazos da licença

1 — A licença para instalação e inscrição de publicidade será anual, renovável e a título precário, atribuída até ao termo do ano civil a que se reporta o licenciamento.

2 — A pedido do requerente pode ser concedida licença por prazo inferior, até ao limite mínimo de um mês.

3 — As licenças requeridas para afixação, inscrição ou difusão de mensagem publicitária relativa a evento a ocorrer em data determinada, caducarão nessa data.

Artigo 18.º

Notificação da decisão

A decisão relativa ao pedido de licenciamento de publicidade é notificada, por escrito, ao requerente, no prazo máximo de 30 dias após a apresentação do requerimento, contando-se este prazo após a correcta instrução do pedido.

Artigo 19.º

Deferimento do pedido

1 — Em caso de deferimento do pedido, pelo presidente da Câmara Municipal, a proferir no prazo referido no artigo anterior, deve incluir-se na notificação a indicação de que o requerente deverá proceder ao levantamento da licença e ao pagamento da taxa devida, no prazo máximo de 10 dias.

2 — A autorização conferida caducará se não for levantada a licença e pagas as respectivas taxas dentro do prazo referido no aviso de pagamento, expirado qualquer outro prazo suplementar previsto na Tabela de Taxas e Licenças ou outra legislação aplicável.

3 — A licença deve, sempre, especificar as obrigações e condições a cumprir pelo titular, nomeadamente:

- a) Identificação do titular do alvará de licença;
- b) Número do alvará de licença;
- c) Número do processo de licenciamento;
- d) Prazo de validade do alvará de licença;
- e) A obrigação de manter o meio ou suporte publicitário em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;
- f) Outros elementos ou cláusulas que sejam susceptíveis de condicionar o respectivo licenciamento ou a sua renovação.

4 — O titular só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa respectiva.

Artigo 20.º

Indeferimento do pedido

1 — Constituem motivos de indeferimento do pedido ou de renovação da licença:

- a) A violação das disposições do presente Regulamento e ou demais legislação sobre publicidade;
- b) O interesse público, devidamente fundamentado;
- c) A reincidência na não remoção dos suportes publicitários, quando o mesmo tenha sido exigido nos termos deste Regulamento ou ao seu responsável, em processo de contra-ordenação, tenha sido aplicada a pena acessória de interdição da toda e qualquer actividade publicitária, pelo prazo máximo de dois anos.

2 — A decisão de indeferimento do pedido de licenciamento ou de renovação da licença deve ser fundamentada e comunicada ao requerente.

Artigo 21.º

Obrigações do titular da licença

1 — Constituem obrigações do titular do alvará de licença:

- a) Cumprir as condições gerais ou especiais a que a licença está sujeita;
- b) Manter o suporte e a mensagem em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;
- c) Remover a mensagem publicitária e respectivo suporte, no prazo de 10 dias, finda a validade da licença;
- d) Reparar quaisquer danos em bens públicos ou privados resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária;
- e) Manter e zelar pela higiene, salubridade e limpeza do meio de suporte e da mensagem publicitária.

Artigo 22.º

Alteração do meio ou suporte publicitário ou da sua localização

1 — Qualquer alteração do meio ou suporte publicitário cujo pedido de licenciamento tenha sido deferido pelo presidente da Câmara Municipal implica um pedido de alteração às prescrições do alvará inicial.

2 — A alteração da localização do suporte publicitário, para local não licenciado, é considerada publicidade abusiva e implica novo pedido de licença.

Artigo 23.º

Caducidade

O alvará de licença caduca decorrido o prazo para o qual foi concedido e caso não seja solicitada a sua renovação nos termos deste Regulamento.

Artigo 24.º

Renovação da licença

1 — A licença renovar-se-á automaticamente, sem necessidade do seu titular apresentar qualquer pedido nesse sentido.

2 — A decisão, do titular, de não proceder à renovação da licença de publicidade, deverá ser comunicada por escrito no prazo mínimo de 10 dias, da data limite da validade da licença.

3 — A decisão, da entidade emissora, de não conceder a renovação da licença de publicidade, deverá ser devidamente fundamentada e comunicada, ao seu titular, no prazo mínimo de 30 dias, antes de expirar o prazo de validade para que a mesma foi concedida.

Artigo 25.º

Revogação da licença de publicidade

1 — A licença para afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias pode ser revogada, sempre que:

- a) Excepcionais razões de interesse público o exijam;
- b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, nomeadamente as obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento, sem prejuízo da eventual instauração de processo de contra-ordenação;
- c) Na sequência de uma decisão judicial.

Artigo 26.º

Remoção dos suportes publicitários

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

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior pode a Câmara Municipal ordenar a remoção do suporte publicitário 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 da licença, nomeadamente pela alteração do meio difusor, do conteúdo da mensagem publicitária ou da alteração do material autorizado, referido no pedido de licença, para a sua afixação ou inscrição.

3 — Para efeitos do número anterior, deve a Câmara Municipal notificar o infractor, fixando-lhe um prazo de 10 dias para proceder à remoção do suporte publicitário.

4 — Caso o titular do suporte publicitário, a remover, seja desconhecido, ou sendo conhecido não seja possível notificá-lo por ausência e ou desconhecimento da nova residência, a Câmara Municipal mandará lavrar editais, que serão afixados no lugares de estilo e junto à última residência conhecida, do notificado, dando-se um prazo de 15 dias ao seu titular para que proceda à sua remoção.

4 — Se o titular da licença ou o infractor não procederem à remoção dos suportes publicitários dentro dos prazos fixados nos números anteriores, cabe à Câmara Municipal efectuar-la por conta daqueles.

Artigo 27.º

Publicidade abusiva

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, e da eventual aplicação de coimas e sanções acessórias, a Câmara Municipal pode, independentemente de prévia notificação, proceder à remoção de suportes publicitários sempre que:

- a) Tenha havido uma utilização abusiva do espaço do domínio público;
- b) Coloquem em risco a saúde, segurança, higiene e salubridade de pessoas e bens; ou
- c) O suporte publicitário esteja instalado em espaço diferente do licenciado.

2 — Esta decisão, devidamente fundamentada, será posteriormente comunicada ao titular dos suportes publicitários, aplicando-se com as devidas adaptações o disposto no artigo anterior.

Artigo 28.º

Taxas

1 — Serão aplicáveis ao licenciamento e renovações de licenças da publicidade, previstas neste Regulamento, as taxas previstas na Tabela de Taxas e Licenças em vigor no município de Paços de Ferreira.

2 — Salvo disposição legal em contrário, as entidades legalmente isentas do pagamento de taxas, ao município, não estão isentas do licenciamento a que se refere o presente Regulamento.

3 — A isenção a que se refere o número anterior não é oficiosa, devendo ser requerida no pedido de licença pelos interessados.

4 — As mensagens publicitárias afixadas ou inscritas em viaturas automóveis que contenham, para além da publicidade própria do anunciante, o logótipo «Paços de Ferreira, Capital do Móvel» e ou «Capital do Móvel», ficam isentas do pagamento de taxas.

CAPÍTULO IV

Suportes publicitários

SECÇÃO I

Chapas, placas, tabuletas e similares

Artigo 29.º

Condições de aplicação das chapas

As chapas não poderão localizar-se acima do nível do 1.º andar do edifício.

Artigo 30.º

Condições de aplicação das placas

1 — As placas não poderão:

- a) Sobrepor gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas;
- b) Ocultar elementos decorativos ou outros com interesse arquitectónico das fachadas.

Artigo 31.º

Condições de aplicação das tabuletas

1 — As tabuletas não poderão:

- a) Distar menos de 2,20 m do solo;
- b) Exceder o balanço de 1,20 m, em relação ao plano perpendicular do edifício;
- c) Não exceder as dimensões de 0,70 m de altura por 1 m de cumprimento.

Artigo 32.º

Condições de aplicação das letras soltas ou símbolos

1 — Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros elementos com interesse na composição arquitectónica das fachadas, devendo ser aplicadas sobre o paramento das paredes.

2 — Salvo motivos devidamente justificados, não poderão ser excedidos os limites de 0,80 m de altura e de 0,15 m de saliência.

SECÇÃO II

Painéis, *mupis* e semelhantes

Artigo 33.º

Distâncias e localização

1 — Ao longo das vias com características de tráfego rápido a distância entre suportes publicitários não poderá ser inferior a 5 m, nem a menos de 15 m do lancil ou da berma, excepto no que se refere a mensagens de publicidade colocadas em construções existentes e, bem assim, quando as mesmas se destinem a identificar instalações públicas ou particulares.

2 — A distância entre a moldura dos painéis e o solo não poderá ser inferior a 2,20 m.

3 — A Câmara Municipal determinará os espaços públicos onde, neste concelho, será permitida a colocação de painéis publicitários, bem como deverá definir o aspecto estético e construtivo dos mesmos, os quais ou poderão ser explorados directamente, ou poderão ser dados em concessão ou ainda através de um outro meio, legalmente admitido, nomeadamente por contrato.

4 — Da mesma forma, a Câmara Municipal, determinará os lugares públicos onde será permitida a colocação de *mupis*, devendo ressaltar que nestes, apenas no lado interior, fique reservado um espaço não inferior a 25 %, para colocação do mapa da cidade ou da freguesia e exercício da actividade informativa do município.

5 — Durante o período de campanha eleitoral, no caso dos painéis semelhantes colocados em espaços públicos, não explorados, directamente, pela Câmara, são reservados, pelo período mínimo de 30 dias, antes das eleições, para colocação de propaganda eleitoral.

6 — As distâncias previstas no n.º 1, do presente artigo, poderão ser inferiores às aí definidas, por razões devidamente fundamentadas, desde que cumulativamente:

- a) Sejam afixados em áreas urbanas;
- b) Estejam localizadas no plano paralelo e no limite da via pública;
- c) Não afectem a segurança de pessoas e bens, nem direitos de terceiros;
- d) Não afectem a circulação rodoviária;
- e) Não prejudique a envolvente urbanística do local.

Artigo 34.º

Afixação em tapumes, vedações e elementos semelhantes ou congéneres

1 — Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos semelhantes ou congéneres os painéis devem ser dispostos a distâncias regulares e uniformes.

2 — Os painéis devem ser, sempre, nivelados, excepto quando o tapume, vedação ou elemento semelhante ou congénere se localize em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socalcos, acompanhando de forma harmoniosa a inclinação do terreno.

3 — As dimensões, estruturas e cores deverão ser homogéneas.

Artigo 35.º

Dimensões

1 — Os painéis devem ter no mínimo 3 m e no máximo 8 m de largura por, no mínimo 1 m e no máximo 3 m de altura.

2 — Excepcionalmente, por motivos devidamente fundamentados, podem ser licenciados painéis com outras dimensões, desde que não afecte ou se coloque em causa a qualidade do ambiente, a estética da paisagem e a segurança de pessoas e bens.

3 — Os painéis publicitários a licenciar, que excedam as dimensões referidas no número anterior serão, sempre, objecto de apreciação e parecer a emitir por um técnico licenciado em arquitectura, para além de outras entidades que devam ser consultadas.

Artigo 36.º

Saliências

Os painéis podem ter saliências parciais desde que estas não ultrapassem:

- a) 1 m, para o exterior, na área central e 1 m² de superfície;
- b) 50 cm de balanço em relação ao seu plano.

Artigo 37.º

Estruturas

1 — A estrutura de suporte deve ser metálica e na cor mais adequada à defesa do ambiente e da estética da envolvente.

2 — A estrutura não pode, em caso algum, manter-se no local sem a respectiva mensagem publicitária.

3 — Na estrutura devem ser afixados a identidade do titular e o número do alvará de licença.

4 — Os materiais a aplicar deverão ser biodegradáveis e homologados.

SECÇÃO III

Toldos, bandeirolas e semelhantes

Artigo 38.º

Condições de instalação de toldos

1 — A colocação de toldos nas fachadas dos edifícios obedece às seguintes condições:

- a) Altura mínima de 2,20 m, desde o solo à parte inferior das sanefas ou ferragens, no seu ponto mais desfavorável;
- b) A saliência máxima não poderá ser superior à largura do passeio, com a redução de 0,40 m.

2 — As cores, padrões, decoração, pintura e desenhos nos toldos e sanefas, colocados nos locais pretendidos, não poderão desvirtuar a estética da envolvente.

Artigo 39.º

Condições de colocação de bandeirolas

1 — As bandeirolas têm de permanecer oscilantes e só podem ser colocadas em posição perpendicular à via pública, mais próxima.

2 — Na estrutura deve ser afixada a identidade do titular e o número do alvará de licença.

Artigo 40.º

Área de implantação

1 — Não podem ser afixadas bandeirolas em áreas de protecção, nomeadamente monumentos, imóveis de interesse público e núcleos históricos existentes ou que venham a ser criados, a que se refere a alínea a) do n.º 1 do artigo 8.º, com excepção daquelas para as quais se requiera licenciamento temporário, não superior a 15 dias e desde que se reportem a eventos ocasionais.

2 — Quando se pretenda a sua colocação por tempo superior, a pretensão deverá, apenas, ser concedida por motivos devidamente justificados.

Artigo 41.º

Distâncias

1 — A distância entre postes ou entre estes e a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeirola não pode ser superior a 2 m.

2 — A distância entre a parte inferior da bandeirola e o solo não pode ser inferior a 2,20 m.

SECÇÃO IV

Anúncios luminosos, iluminados, electrónicos e similares

Artigo 42.º

Limitações à colocação

1 — Os anúncios a que se refere a presente secção, colocados em saliências sobre as fachadas, estão sujeitos às seguintes limitações:

- a) Não podem exceder o balanço total de 1,50 m, perpendicular à fachada do edifício, e devem ficar afastados, no mínimo, 0,40 m do limite exterior do passeio;
- b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser inferior a 2,20 m;
- c) Se o balanço não for superior a 10 cm a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo poderá ser de 2 m;
- d) O dispositivo de iluminação dos anúncios publicitários não poderá ser colocado de forma que cause perturbação na segurança de pessoas e bens, nomeadamente, não deverá perturbar a circulação rodoviária com o encadeamento;
- e) Não devem colocar em risco a estrutura do edifício, onde estão fixados;
- f) Não devem esconder elementos arquitectónicos, de valor apreciável, inseridos nos edifícios que globalmente afectem, negativamente, a sua qualidade e valor artístico.

Artigo 43.º

Estrutura, termo de responsabilidade e seguro

1 — As estruturas dos anúncios luminosos, electrónicos e similares, instalados nas coberturas ou nas fachadas de edifícios e ou em espaços afectos ao domínio público, devem, salvo por razões devidamente justificadas, ficar encobertas e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

2 — Atendendo ao eventual risco para a segurança de pessoas e bens, sempre que justificadas razões o exijam, designadamente quer pelas dimensões dos suportes publicitários, quer pelo seu peso, ao processo de licenciamento para instalação de suportes publicitários, a Câmara Municipal poderá determinar que o requerente, à data do pagamento das taxas para levantamento do alvará de licença, faça junção de um termo de responsabilidade, assinado por técnico qualificado, bem como de um seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO V

Veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestre ou aérea

Artigo 44.º

Licenciamento

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestre ou aérea carece de licenciamento prévio da Câmara Municipal, nos termos deste Regulamento.

2 — A actividade publicitária em veículos que não lhe estejam primordialmente afectos, se destine a ser produzida em vários concelhos, só está sujeita a licenciamento no município de Paços de Ferreira, quando o titular do veículo tiver a sua residência, sede ou representação nesta localidade.

3 — Não constitui mensagem publicitária a afixação ou inscrição do nome, firma ou denominação social da empresa.

4 — A publicidade inscrita nos meios de locomoção previstos no presente artigo, não poderá constituir perigo para a segurança de pessoas e bens, devendo limitar-se ao mínimo essencial, por forma a não desviar a atenção dos outros condutores.

SECÇÃO VI

Publicidade sonora

Artigo 45.º

Definição

Para efeitos do presente Regulamento entende-se por publicidade sonora toda a actividade publicitária que utilize altifalantes ou outra aparelhagem de som destinada a difundir a mensagem publicitária através de emissões directas na, ou para a via pública ou espaço do domínio público.

Artigo 46.º

Condições de utilização

1 — A publicidade sonora deve respeitar os limites estabelecidos na legislação sobre o ruído.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, não será permitida a utilização de publicidade sonora no período compreendido entre as 22 e as 7 horas do dia seguinte, podendo a Câmara Municipal, por motivos devidamente justificados, restringir ou alargar estes limites.

SECÇÃO VII

Remoção, conservação e depósito

Artigo 47.º

Remoção

1 — Quando o titular da licença ou o infractor se recusarem a executar, dentro dos prazos referidos no artigo 26.º, a remoção dos meios ou suportes publicitários imposta pela Câmara Municipal e seja esta a fazê-lo por conta daqueles, o custo efectivo dos trabalhos será acrescido de 20 % para encargos de administração.

2 — O custo dos trabalhos, executados nos termos do número anterior, quando não pago voluntariamente no prazo de 20 dias a contar da notificação para o efeito, será cobrado judicialmente, servindo de título executivo certidão passada pelos serviços competentes, comprovativa das despesas efectuadas.

3 — Ao custo total acresce IVA, à taxa legal, quando devido.

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

Artigo 48.º

Conservação

1 — Todos os suportes publicitários deverão permanecer em boas condições de conservação, podendo a Câmara Municipal, caso tal não se verifique, notificar o titular para que execute os trabalhos necessários à sua conservação.

2 — Se decorrido o prazo fixado na notificação referida no número anterior, o titular, não tiver procedido à execução dos trabalhos que lhe tenham sido impostos, poderá a Câmara Municipal proceder à sua remoção, nos termos do presente Regulamento.

Artigo 49.º

Depósito

1 — Caso a Câmara Municipal venha a proceder à remoção dos suportes ou dos meios publicitários, nos termos previstos neste Regulamento, os titulares dos mesmos têm 15 dias para os levantar, após serem notificados para o efeito.

2 — Não o fazendo, nesse prazo, terão de pagar uma indemnização diária, definida de acordo com a legislação em vigor, a título de depósito, aplicável por um período que não poderá exceder 15 dias.

3 — Findos os prazos, mencionados nos números anteriores, os referidos suportes ou meios publicitários serão considerados abandonados e perdidos a favor do município.

4 — Sempre que os suportes ou meios publicitários sejam declarados perdidos a favor do município, a Câmara Municipal poderá proceder à sua venda em hasta pública ou em alternativa poderá, por motivos justificados, utilizá-los para a realização de obras, nas quais, este material possa ser utilizado em benefício público.

CAPÍTULO V

Fiscalização e sanções

Artigo 50.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, incumbe aos serviços municipais, em especial à fiscalização municipal e à Polícia Municipal, a fiscalização do disposto no presente Regulamento.

Artigo 51.º

Contra-ordenação

1 — Constitui contra-ordenação punível com coima a violação do disposto no presente Regulamento.

2 — Quem der causa à contra-ordenação e os respectivos agentes publicitários são, solidariamente, responsáveis pela reparação dos prejuízos causados a terceiros.

3 — Ao montante da coima, às sanções acessórias e às regras de processo aplicam-se as disposições constantes do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro; com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de Setembro; com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 323/01, de 17 de Fevereiro; e, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 109/01, de 24 de Dezembro.

4 — A aplicação das coimas e sanções acessórias são da competência do presidente da Câmara Municipal, revertendo para a Câmara Municipal o respectivo produto, excepto se noutra legislação, de valor superior, se dispuser de forma diferente.

5 — Sempre que a urgência ou a gravidade da infracção o justifiquem os meios de afixação e inscrição de mensagens publicitárias, instalados ilegalmente, poderão ser retirados antes da conclusão do processo de contra-ordenação, nos termos do Código do Procedimento Administrativo, nomeadamente, para além da referida urgência ou gravidade da infracção, quando se esteja perante situações de publicidade abusiva.

Artigo 52.º

Coimas

1 — A colocação, afixação ou difusão de mensagens publicitárias em violação ao disposto no presente Regulamento, é punível com a coima entre o valor mínimo de 50 euros e o valor máximo de 10 vezes o salário mínimo nacional mais elevado, podendo ser especialmente atenuados em 30 % no caso de negligência.

2 — O limite mínimo será elevado para o dobro, sempre que as infracções sejam cometidas por pessoa colectiva.

3 — A determinação da medida concreta da coima far-se-á em função da gravidade da infracção e da culpa do agente, em conformidade com os princípios da teoria da infracção, devendo ter-se, sempre, em consideração a situação económica do agente, o benefício obtido pela prática da infracção e a existência ou não de reincidência.

Artigo 53.º

Sanções acessórias

1 — Em caso de reincidência, podem ser aplicadas as sanções acessórias previstas na legislação em vigor, nomeadamente:

- a) A posse administrativa;
- b) Suspensão das obras;
- c) Embargo das obras;
- d) Demolição das obras e reposição do terreno na situação anterior à infracção.

Artigo 54.º

Competência para a instrução e aplicação de sanções

A instrução dos processos de contra-ordenação e aplicação de coimas e sanções acessórias, por violação das normas do presente Regulamento, é da competência do presidente da Câmara Municipal, podendo este delegar a competência em qualquer dos vereadores, com possibilidade de subdelegar, nos termos gerais de direito.

CAPÍTULO VI

Disposições finais

Artigo 55.º

Regime transitório

1 — Os titulares de licença de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias que não estejam em conformidade com as disposições do presente Regulamento, devem, no prazo máximo de 45 dias, a contar da data da sua entrada em vigor, retirar a publicidade ou requerer a sua legalização.

2 — Os suportes e meios publicitários já existentes, licenciados ou susceptíveis de licenciamento, devem proceder à sua adaptação, em conformidade com as regras constantes do presente Regulamento no prazo máximo de cinco anos.

3 — Decorrido o prazo referido no número anterior não poderão ser renovadas as licenças, cujos suportes e meios publicitários não estejam conformes às normas e princípios contidos no presente Regulamento, devendo os mesmos ser retirados voluntariamente.

Artigo 56.º

Dúvidas, omissões e anexos

1 — Todas as dúvidas e omissões que eventualmente surjam na aplicação e interpretação do presente Regulamento serão resolvidas de acordo com os princípios gerais de direito e ou através de procedimento de orientações genéricas.

2 — O procedimento de orientações genéricas, será feito por despacho do presidente da Câmara Municipal, ou de delegado, e vincula os serviços administrativos ao seu cumprimento.

3 — Os profissionais ou as agências de publicidade que promovam a instalação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias e exerçam essa actividade para fins de comercialização, nomeadamente para aluguer do espaço, para efeito de se poder determinar e aplicar as taxas correspondentes, deverão indicar, no pedido inicial a publicidade, em concreto que pretendem colocar.

4 — Quando a finalidade seja a comercialização do espaço, como previsto no número anterior, o valor das taxas a aplicar serão elevadas ao triplo das taxas previstas para o suporte em causa.

Artigo 57.º

Norma revogatória

São revogadas todas as disposições regulamentares, emanadas por este município que estejam em vigor, sobre publicidade, contrárias ao disposto no presente Regulamento.

Artigo 58.º

Entrada em vigor

Este Regulamento entra em vigor 30 dias após a sua publicação no *Diário da República*.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PEDRO DO SUL

Edital n.º 666/2003 (2.ª série) — AP. — Dr. José Alberto da Silva Alexandre e Sousa, vereador em substituição do presidente da Câmara Municipal:

Torna público que, em cumprimento da deliberação desta Câmara Municipal de 3 de Junho de 2003, bem como da deliberação da Assembleia Municipal de 26 de Junho de 2003 foram aprovadas as alterações ao Regulamento de Transporte Público de Aluguer em Veículos Automóveis Ligeiros de Passageiros — Transporte em Táxis, as quais entram em vigor 30 dias após a sua publicação no *Diário da República* e cujo teor se passa a transcrever:

Alteração ao Regulamento de Transporte Público de Aluguer em Veículos Automóveis Ligeiros de Passageiros — Transporte em Táxis.

No uso da competência prevista pelos artigos 112.º e 241.º da Constituição da República Portuguesa e conferida pela alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º e pela alínea a) do n.º 6 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 5 de Março, e em cumprimento do disposto nos artigos 10.º a 20.º, 22.º, 25.º e 27.º do Decreto-Lei n.º 251/98, de 11 de Agosto, com as alterações introduzidas pelas Leis n.ºs 156/99, de 14 de Setembro, e 106/2001, de 31 de Agosto, e pelo Decreto-Lei n.º 41/2003, de 11 de Março, a Assembleia Municipal, sob proposta da Câmara Municipal de São Pedro do Sul, aprova o seguinte Regulamento:

Artigo 2.º

Objecto

O presente Regulamento aplica-se aos transportes públicos de aluguer em veículos ligeiros de passageiros, como tal definidos pelo Decreto-Lei n.º 251/98, de 11 de Agosto, com as alterações introduzidas pelas Leis n.ºs 156/99, de 14 de Setembro, e 106/2001, de 31 de Agosto, e pelo Decreto-Lei n.º 41/2003, de 11 de Março, e legislação complementar e adiante designados por transportes em táxi.

Artigo 4.º

Licenciamento da actividade

1 — A actividade de transporte em táxi pode ser exercida por sociedades comerciais ou cooperativas licenciadas pela Direcção-Geral de Transportes Terrestres e que sejam titulares do alvará previsto no artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 251/98, de 11 de Agosto, com as suas alterações.

2 — (*Mantém-se a redacção actual.*)

3 — (*Eliminado.*)

Artigo 5.º

Veículos

1 — (*Mantém-se a redacção actual.*)

2 — As normas de identificação, o tipo de veículo e outras características a que devem obedecer os táxis são as estabelecidas na Portaria n.º 227-A/99, de 15 de Abril, alterada pelas Portarias n.ºs 1318/2001, de 29 de Novembro, e 1522/2002, de 19 de Dezembro.

Artigo 6.º

Licenciamento dos veículos

1 — (*Mantém-se a redacção actual.*)

2 — (*Mantém-se a redacção actual.*)