

d) Elaborar planos de animação turística e assegurar a sua execução;
e) Assegurar o diálogo e a coordenação entre o Município e os agentes de animação turística, designadamente as coletividades locais que asseguram a promoção e organização de eventos de reconhecido interesse para o turismo;

f) Promover a organização de eventos tradicionais de interesse para o turismo;

g) Promover, em articulação com o Presidente da Câmara, a edição de materiais e a realização de atividades de informação e promoção turística.

CAPÍTULO V

Disposições finais

Artigo 34.º

Afetação e mobilidade do pessoal

1 — A afetação do pessoal, tendo em conta a estrutura orgânica agora definida, será determinada pelo Presidente da Câmara.

2 — A distribuição e mobilidade do pessoal de cada unidade orgânica ou serviço é da competência do Presidente da Câmara.

Artigo 35.º

Regime de substituição e acumulação

1 — A indicação dos substitutos dos cargos de direção ou chefia dos serviços, na ausência dos seus titulares, é da competência do Presidente da Câmara.

2 — Compete também ao Presidente da Câmara determinar que duas ou mais unidades da estrutura orgânica sejam chefiadas pelo mesmo agente em regime de acumulação.

Artigo 36.º

Criação e implementação dos órgãos e serviços

Ficam criados os órgãos e serviços que integram a presente deliberação, os quais serão instalados de acordo com as necessidades e conveniências da Câmara Municipal.

Artigo 37.º

Das dúvidas e omissões

Quaisquer dúvidas ou omissões resultantes da aplicação do presente Regulamento serão resolvidas pela Câmara Municipal.

Artigo 38.º

Norma revogatória

São revogadas todas as disposições regulamentares que precedem este Regulamento.

Artigo 39.º

Entrada em vigor

Este Regulamento entra em vigor no dia 1 de janeiro de 2013.

206650938

MUNICÍPIO DA GUARDA

Regulamento n.º 19/2013

Nota justificativa

No ano de 1992 o Código de Posturas foi alterado, passou a prever a colocação de «reclamos luminosos ou iluminados» e de toldos de proteção. Por sua vez, em 1994, no Regulamento de Construção da Zona do Centro Histórico da Guarda prescreveu-se um conjunto de regras, respeitantes aos suportes publicitários, para aquela zona da paisagem urbana da Cidade. No ano de 2007, o Regulamento de Inscrição e Afixação de Publicidade no Município da Guarda introduziu no ordenamento jurídico municipal um conjunto de regras sobre publicidade exterior, dando continuidade à tarefa de construir um bloco normativo no qual o legítimo exercício da atividade publicitária visível do domínio público, se desenvolve consagrando e respeitando os valores da paisagem urbana, do meio ambiente, do património histórico-cultural, artístico e natural, em suma, da imagem da Cidade da Guarda e do seu Concelho.

As condições, os critérios e as proibições constantes neste Regulamento têm por fim assegurar o direito dos cidadãos a desfrutarem da paisagem urbana. Esse direito é indissociável do correlativo dever de se

manter o ambiente urbanístico em condições de limpeza, salubridade, asseio e despoluição visual. Todos nós temos o dever geral de nos abstermos da prática de condutas que sujem, desfigurem ou poluam o ambiente urbanístico dado que essas ações ou omissões não apenas desvalorizam e deterioram o património, seja ele público ou privado, como provocam, sobretudo, uma degradação visual do ambiente, que afeta a qualidade de vida dos munícipes e dos visitantes.

A evolução da conceção social da atividade publicitária e dos costumes dos cidadãos exige à Administração Local uma atitude recetiva às tendências atuais e, concomitantemente, a adoção de medidas de maior salvaguarda em determinadas zonas. Deste modo, procura-se disciplinar não só a atividade publicitária que é feita com suportes tradicionais, mas também aquela que utiliza novos meios e suportes publicitários. Além disso, por um lado, determinam-se zonas onde se permite uma certa concentração de elementos de informação, de publicidade luminosa e de suportes publicitários de maior dimensão e, por outro lado, definem-se outras zonas com proteções e salvaguardas específicas, nas quais se limitam os suportes publicitários na medida em que a sua proliferação repercutir-se-ia negativamente na paisagem urbana e natural da Guarda. Nestas últimas zonas, por força de lei, a proteção do património é reforçada pela exigência de consultas à Administração Central que as tutela.

Além de estabelecer o regime aplicável à atividade publicitária visível da via pública, este Regulamento de Publicidade procura ser uma ferramenta que contribua para o desenvolvimento sustentado da economia e do turismo em harmonia com a paisagem urbana da Cidade da Guarda e do seu Concelho.

Do ponto de vista técnico é de referir a adequação do Regulamento ao Plano Diretor Municipal e aos planos de pormenor vigentes em matéria de circunscrição de zonas e edifícios de interesse histórico-cultural, que se delimitam conforme estão configurados naqueles instrumentos de gestão territorial.

Na elaboração do presente Regulamento considerou-se, particularmente, a seguinte legislação complementar: Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto (doravante designado por regime jurídico da acessibilidade nos espaços públicos); Portaria n.º 216-B/2008, de 3 de março (que fixa os parâmetros para o dimensionamento das áreas destinadas a espaços verdes e de utilização coletiva, infraestruturas viárias e equipamentos de utilização coletiva); Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril (na redação dada pela declaração de retificação n.º 11-A/98, de 30 de junho de 1998 e pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de maio, aprova o regime da afixação ou inscrição de publicidade na proximidade das estradas nacionais fora dos aglomerados urbanos); Decreto-Lei n.º 13/71, de 23 de janeiro, na redação dos Decretos-Leis n.ºs 175/2006, de 30 de agosto, 25/2004, de 24 de janeiro, 455/88, de 13 de dezembro, 235/82, de 19 de junho, 219/72, de 27 de junho e 260/2002, de 23 de novembro; Lei n.º 2037, de 19 de agosto de 1949 (na redação que lhe foi dada pelos Decretos-Lei n.º 41887, de 30 de setembro de 1958, 13/71, de 23 de janeiro, 219/72, de 27 de junho, 148/77, de 12 de abril, 13/94, de 15 de janeiro, 25/2004, de 24 de janeiro, 175/2006, de 28 de agosto, 105/98, de 24 de abril, e 166/99, de 13 de maio, aprova o Estatuto das Estradas Nacionais); Lei n.º 2110/61, de 19 de agosto (na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 360/77, de 1 de setembro, aprova o Regulamento Geral das Estradas e Caminhos Municipais); Decreto Regulamentar n.º 22-A/98, de 1 de outubro (na redação dada pelos Decretos Regulamentares n.ºs 41/2002, de 20 de agosto, 13/2003, de 26 de junho, 39/2010, de 26 de abril e 2/2011, de 3 de março, aprova o Regulamento da Sinalização de Trânsito); Lei n.º 107/2001, de 8 de setembro, que aprova o Regime de Proteção e Valorização do Património Cultural; Decreto-Lei n.º 142/2008, de 24 de julho (na redação dada pela declaração de retificação n.º 53-A/2008, de 22 de setembro, aprova o Regime Jurídico da Conservação da Natureza e da Biodiversidade); Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro (na redação dada pelos Decretos-Leis n.ºs 74/93, de 10 de março, 6/95, de 17 de janeiro, 61/97, de 25 de março, 275/98, de 9 de setembro, 51/2001, de 15 de fevereiro, 332/2001, de 24 de dezembro, 224/2004, de 4 de dezembro, 57/2008, de 26 de março e pelas Leis n.ºs 6/95, de 17 de janeiro, 31-A/98, de 14 de julho, 32/2003, de 22 de agosto, 37/2007, de 14 de agosto, 8/2011, de 11 de abril); Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho que transpõe a Diretiva n.º 2006/123/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro; e, por fim, as normas indicadas no articulado.

A Câmara Municipal da Guarda, na sua reunião de 16 de julho de 2012, deliberou submeter o projeto de regulamento a apreciação pública, nos termos do artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo. Consultaram-se a Agência para a Modernização Administrativa, I. P., a Agência para a Promoção da Guarda, a Associação de Comércio e Serviços do Distrito da Guarda, a Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária, a Direção Geral das Autarquias Locais, a Direção Regional de Cultura do Centro, a EP — Estradas de Portugal, S. A., o Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres, I. P., o Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, I. P., o Instituto de Gestão do Património

nio Arqueológico e Arqueológico, I. P., o Núcleo Empresarial da Região da Guarda — Associação Empresarial, o Turismo de Portugal, I. P., o Parque Natural da Serra da Estrela.

Assim, ao abrigo do disposto nos artigos 112.º e 241.º da Constituição da República Portuguesa, na a) do n.º 7 do artigo 64.º e na alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º, ambas da Lei n.º 169/99, de 18 de setembro (com as alterações que lhe foram introduzidas pelas Leis n.ºs 5-A/2002, de 11 de janeiro e 67/2007, de 31 de dezembro e pela Lei Orgânica n.º 1/2011, de 30 de novembro, doravante designada por lei das Autarquias Locais), na Lei n.º 2/2007, de 15 de janeiro (alterada pelas Leis n.ºs 22-A/2007, de 29 de junho, 67-A/2007, de 31 de dezembro, 3-B/2010, de 28 de abril, 55-A/2010, de 31 de dezembro e 64-B/2011, de 30 de dezembro, doravante designada por Lei das Finanças Locais), no Decreto-Lei n.º 280/2007, de 7 de agosto (com as alterações que lhe foram dadas pelas Leis n.ºs 55-A/2010, de 31 de dezembro e 64-B/2011, de 30 de dezembro, doravante designado por Regime Jurídico do Património Imobiliário Público), e no Regime Geral de Afixação e Inscrição de Mensagens Publicitárias de Natureza Comercial, aprovado pela Lei n.º 97/88, de 17 de agosto (com as alterações que lhe foram introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto e pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril), nas deliberações tomadas nas reuniões de câmara de 8 de outubro de 2012 e de 5 de novembro de 2012 e na sessão de assembleia de 17 de dezembro, o Município da Guarda aprova o Regulamento de Publicidade

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objeto

O presente diploma normativo tem por objeto regulamentar as condições a que estão sujeitas a inscrição, a afixação, a manutenção e a difusão de mensagens publicitárias, bem como os procedimentos a observar para a obtenção dos títulos habilitantes necessários, o regime sancionador e o regime de reposição da legalidade.

Artigo 2.º

Âmbito de aplicação

1 — O presente Regulamento aplica-se a todos os suportes de inscrição, afixação, manutenção e difusão de mensagens publicitárias.

2 — São excluídas do âmbito de aplicação deste Regulamento:

- a) A propaganda política, sindical ou religiosa;
- b) A publicidade que por força de lei, contrato ou protocolo esteja excluída;
- c) Os éditos, anúncios, notificações e demais formas de informação que se relacionem, direta ou indiretamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- d) Os comunicados, notas oficiais e demais esclarecimentos que se prendam com a atividade de órgãos de soberania, da Administração Central ou Local;
- e) A publicidade difundida pela imprensa, rádio e televisão.

Artigo 3.º

Não sujeição a controlo prévio

1 — Não estão sujeitos a um procedimento de controlo prévio municipal, em matéria de publicidade:

- a) As mensagens publicitárias de natureza comercial difundidas, afixadas ou inscritas em bens que sejam propriedade, estejam na legítima posse ou detenção dos interessados e não sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- b) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos comerciais, ou no interior das suas montras de exposição desde que sejam respeitantes aos produtos ou serviços que são ali fabricados ou comercializados, mesmo que sejam visíveis do espaço público;
- c) Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos, com as dimensões máximas de 1,50 metros × 1,00 metros, com a mera indicação de arrendamento, trespasse ou venda, com os contactos e a identificação dos respetivos agentes imobiliários, caso existam;
- d) As chapas com as designações respeitantes à edificação, nos termos do artigo 61.º do Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação;
- e) As mensagens publicitárias resultantes de imposição legal desde que o respetivo suporte publicitário não exceda as dimensões máximas, nos termos do presente Regulamento;
- f) As chapas, as letras soltas ou símbolos que identifiquem os serviços públicos ou privados de saúde e de profissões regulamentadas, quando

apenas especificam os titulares, o horário de funcionamento, os contactos ou a especialização, desde que essas atividades não sejam desenvolvidas por uma sociedade comercial e desde que cumpram as regras existentes na respetiva Ordem Profissional sobre a matéria ou, caso inexistam essas regras, desde que não excedam na sua maior dimensão 0,60 metros;

g) Os símbolos internacionais, nomeadamente o «i» de informação ou o símbolo oficial de farmácia.

2 — Também não estão sujeitas a um procedimento de controlo prévio municipal em matéria de publicidade, as seguintes mensagens publicitárias de natureza comercial, que cumpram os critérios e condições estabelecidos no presente Regulamento:

- a) As que sejam afixadas ou inscritas em bens, móveis ou imóveis, de que sejam proprietários ou legítimos possuidores ou detentores os interessados e a mensagem publicite os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estejam relacionadas com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- b) As que ocupem o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e que publicitem os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estejam relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

3 — O espaço público contíguo à fachada é o definido na alínea o) do n.º 1 do artigo seguinte.

4 — A não sujeição a licenciamento publicitário não exclui a aplicação das restantes normas do presente Regulamento, nomeadamente os critérios e condições de inscrição, afixação, manutenção e difusão de mensagens publicitárias, as medidas de reposição da legalidade e o regime contraordenacional.

Artigo 4.º

Conceitos e taxas

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

- a) «Agência de publicidade» ou «Profissional», a pessoa coletiva ou singular definida na alínea b) do artigo 5.º do Código da Publicidade;
- b) «Aglomerado urbano», o conceito definido na alínea c) do artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril, na redação que lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de maio;
- c) «Anunciante», a pessoa singular ou coletiva definida na alínea a) do artigo 5.º do Código da Publicidade;
- d) «Anúncio eletrónico», o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo e similares;
- e) «Anúncio iluminado», o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- f) «Anúncio luminoso», o suporte publicitário que emita luz própria;
- g) «Balão», todo o suporte publicitário destinado a utilização temporária e que, para que possa exibir no ar a sua mensagem comercial, careçam de gás e possam ou não estar ligados ao solo por elementos de fixação; os insufláveis, zepelins e os demais suportes de publicidade aérea integram-se no conceito de balão;
- h) «Bandeirola», o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
- i) «Campanha publicitária de rua», todo o meio ou forma de publicidade, de caráter ocasional e efêmero que implique ações de rua e o contacto direto com o público, nomeadamente as que ocorrem através de distribuição de panfletos, distribuição de produtos e provas de degustação;
- j) «Cartaz», todo e qualquer meio publicitário temporário, constituído por papel, tela ou filme plástico, colado ou, por qualquer outro meio, afixado.
- k) «Chapa», o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não excede 0,60 metros e a máxima saliência não excede 0,05 metros;
- l) «Centro Histórico», as áreas definidas nos termos do artigo 17.º do Regulamento do Plano Diretor Municipal da Guarda, que foi ratificado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 55/94, publicada no *Diário da República*, 1.ª série-B, n.º 166, de 20 de julho de 1994 e no capítulo VII do Regulamento do Centro Histórico, publicado em anexo àquela Resolução, na redação que lhe foi dada pelas declarações n.ºs 275/2002, de 4 de setembro e 351/2002, de 19 de Novembro, respetivamente publicadas nos n.ºs 204 e 267 da 2.ª série do *Diário da República*;
- m) «Coluna publicitária», o suporte fixado diretamente no solo sem intervenção de outros apoios, que pode apresentar uma ou várias faces utilizáveis para afixar mensagens publicitárias, consoante a sua forma seja tendencialmente cilíndrica ou polidrica;

n) «Dístico colante», nome dado a todos os meios publicitários semelhantes aos cartazes;

o) «Espaço público contíguo à fachada», para efeitos de:

i) Afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, o espaço público imediatamente contíguo à fachada até ao limite de 0,05 metros, medidos perpendicularmente à fachada;

ii) Distribuição manual de publicidade, o espaço público imediatamente contíguo à fachada até ao limite de 5 metros da porta principal do estabelecimento;

iii) Localização de mobiliário urbano — o espaço público imediatamente contíguo à fachada até ao limite de 1,5 metros, medidos perpendicularmente à fachada.

p) «Esplanada aberta», a instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos;

q) «Expositor», a estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalada no espaço público;

r) «Faixa», suporte em tela ou filme plástico a afixar sobre as vias ou lateralmente a estas;

s) «Floreira», o vaso ou recetáculo para plantas destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;

t) «Guardas publicitárias», o suporte que consiste numa peça de mobiliário urbano fixo, que serve de proteção, apoio ou delimita espaços do domínio público municipal, nomeadamente de utilização pedonal, e que integra uma ou várias superfícies para a utilização de mensagens publicitárias, também são designadas por corrimãos ou baias publicitárias;

u) «Guarda-vento», a armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;

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

x) «Mupi», suporte constituído por moldura de uma ou duas faces, com estrutura própria afixada diretamente no solo com pelo menos uma face destinada a afixação de cartazes;

w) «Outdoor», está incluído no conceito de painel;

y) «Painel», suporte publicitário constituído por moldura com estrutura própria afixado diretamente ao solo;

z) «Pendão», o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica e que não atravesse as vias;

aa) «Placa», o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento;

bb) «Profissão regulamentada», a atividade ou o conjunto de atividades profissionais em que o acesso, o exercício ou uma das modalidades de exercício dependem, direta ou indiretamente, da titularidade de determinadas qualificações profissionais, na aceção da Lei n.º 9/2009, de 4 de março;

cc) «Publicidade», a forma de comunicação definida nos n.ºs 1 e 2 do Código da Publicidade;

dd) «Publicidade comercial», qualquer forma de publicidade destinada a promover, direta ou indiretamente, bens, serviços ou a imagem de uma entidade de natureza pública ou privada, uma empresa, organização ou pessoa que exerça uma profissão regulamentada ou uma atividade comercial, industrial ou artesanal;

ee) «Publicidade fora dos aglomerados urbanos», a publicidade que está sujeita aos regime jurídico instituído pelo Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril e pelo Código da Publicidade;

ff) «Publicidade nos aglomerados urbanos», a publicidade que está sujeita ao regime jurídico instituído pelo Decreto-Lei n.º 97/88, de 17 de agosto e pelo Código da Publicidade;

gg) «Publicidade sonora», a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;

hh) «Sanefa», o elemento vertical de proteção contra agentes climáticos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

ii) «Setas direcionais», peça de mobiliário urbano mono ou biface, com estrutura de suporte fixada diretamente ao solo, concebida para suportar várias setas direcionais;

jj) «Suporte publicitário», o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;

kk) «Tabuleta», o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;

ll) «Telas», suporte flexível aplicado em paramento visível, preferencialmente em empenas cegas;

mm) «Toldo», «alpendre» ou «pala», estão incluídos no conceito de sanefa;

nn) «Totem», suporte com estrutura própria assente diretamente no solo, com predomínio da altura sobre a largura;

oo) «Unidades móveis publicitárias», os veículos e ou atrelados, utilizados exclusivamente para o exercício da atividade publicitária;

pp) «Vitrina», o mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações.

qq) Zona geral de proteção de imóveis: zona de 50 metros contados dos limites externos do imóvel, fixada automaticamente, com a decisão da abertura do procedimento de classificação;

rr) Zona especial de proteção provisória: zona com amplitude adequada à proteção do imóvel em vias de classificação, fixada quando a zona geral de proteção se revele insuficiente ou desadequada para a proteção do bem imóvel;

ss) Zona especial de proteção: zona com a amplitude adequada à proteção do imóvel classificado, aplicável aos imóveis classificados.

2 — Os demais conceitos e definições previstos no presente Regulamento têm o mesmo significado e conteúdo dos previstos na lei, nos regulamentos e nas demais normas técnicas que sejam aplicáveis.

3 — Sem prejuízo das taxas devidas pela ocupação do domínio público, pela concessão de licenças de publicidade ou pela sua prorrogação, bem como pelo averbamento em nome de novo titular, as relações jurídicas constituídas ao abrigo do presente Regulamento e as demais prestações nele previstas em matéria de publicidade estão sujeitas ao pagamento das taxas constantes no Regulamento de Taxas e Outras Receitas, publicado como regulamento n.º 430/2010, de 12 de Maio na redação que lhe foi dada pelo aviso n.º 21092/2011, 24 de Outubro, pelo regulamento n.º 271/2012, de 17 de julho e pelo regulamento n.º 445/2012, de 26 de outubro, respetivamente publicados nos n.ºs 92, 204, 137 e 208 da 2.ª série do *Diário da República*.

CAPÍTULO II

Critérios e condições de inscrição, afixação, manutenção e difusão de publicidade

Artigo 5.º

Critérios e condições fundamentais, comumente aceites e alternativos

1 — Os critérios e condições fundamentais não admitem a criação de critérios e condições alternativos pelo que, é sempre necessária a sua observância.

2 — Os critérios e condições comumente aceites constituem exemplos generalizadamente tidos como conformes ao que preceitua a legislação em vigor quando são aplicados conjuntamente com os critérios e condições fundamentais pelo que, se considera que estão de acordo e cumprem os critérios e as condições legais.

3 — Os suportes publicitários podem sempre ser licenciados, mesmo que não cumpram os critérios e condições comumente aceites, mediante decisão fundamentada, proferida em procedimento de licenciamento, que estabeleça critérios alternativos.

4 — Para efeitos do disposto no número anterior, só é permitido usar critérios e condições alternativos aos comumente aceites, quando se demonstre, em procedimento de licenciamento, mediante um juízo técnico do domínio do ordenamento do território e do urbanismo, que esses critérios alternativos estão de acordo com os critérios e condições fundamentais e não contrariam a legislação vigente.

5 — Os critérios alternativos criados ao abrigo do disposto nos números 3 e 4 devem ser considerados precedentes administrativos aplicáveis a casos iguais, em cumprimento do princípio da igualdade, previsto no artigo 5.º do Código do Procedimento Administrativo.

SECÇÃO I

Critérios e condições comuns e fundamentais

Artigo 6.º

Critérios e condições gerais

É proibida a inscrição, a afixação, a manutenção ou a instalação de suportes publicitários ou a difusão de mensagens publicitárias que:

a) Provoque a obstrução de perspetivas panorâmicas ou afete a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;

- b) Prejudique a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de serem classificados pelas entidades públicas;
- c) Cause prejuízos a terceiros;
- d) Afete a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente a circulação rodoviária ou ferroviária;
- e) Apresente disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os da sinalização de tráfego;
- f) Prejudique a circulação dos peões, designadamente de cidadãos com mobilidade reduzida.

Artigo 7.º

Critérios e condições sobre espaços públicos

1 — É proibida a inscrição, a afixação, a manutenção ou a instalação de suportes publicitários ou a difusão de mensagens publicitárias que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade, do estado de conservação ou salubridade dos espaços públicos e dos equipamentos neles instalados;
- b) Possa impedir, restringir ou interferir, negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras ocupações do espaço público ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;
- c) Prejudique o uso, o funcionamento, a eficácia ou a manutenção de equipamentos e infraestruturas públicas ou de uso público;
- d) Contribua para a descaracterização da imagem e da identidade dos espaços naturais ou construídos, e dos sistemas de vistas sobre eles estabelecidos;
- e) Dificulte o acesso e ação das entidades competentes, às infraestruturas existentes no município, para efeitos da sua manutenção e conservação;
- f) Seja instalada em postes ou candeeiros de iluminação pública, em sinalização rodoviária, em ilhas para peões, em suporte de sinalização ou no interior das rotundas.

2 — É proibida a inscrição, a afixação, a manutenção ou a instalação de suportes publicitários ou a difusão de mensagens publicitárias, em espaços verdes de domínio ou uso público ou deste perceptível, que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade dos espaços verdes públicos ou a sua normal utilização e fruição;
- b) Impossibilite ou dificulte a conservação ou manutenção dos espaços verdes públicos, ou interfira com os respetivos sistemas de rega ou de iluminação;
- c) Esteja apoiada ou fixada em qualquer elemento vegetal, ou prejudique o seu normal crescimento ou desenvolvimento.

3 — A instalação de suportes publicitários que acarrete, sob qualquer forma, a ocupação do espaço de domínio ou uso público, deve observar as seguintes condições:

- a) Que os percursos pedonais possuam, em todo o seu desenvolvimento, um canal de circulação contínuo e desimpedido de obstruções com uma largura não inferior a 1,20 m, medida ao nível do pavimento, e uma altura não inferior a 2,40 m, medida na vertical, entre o pavimento e o bordo livre do suporte publicitário;
- b) Que se salvguarde uma distância livre não inferior a 0,80 m, medida na horizontal, entre o bordo exterior livre do lancil do passeio e qualquer dos elementos do suporte publicitário ou sua projeção horizontal, exceto no caso de suportes tipo guarda publicitária.

Artigo 8.º

Critérios e condições sobre estradas e caminhos fora dos aglomerados urbanos ou sob jurisdição da EP — Estradas de Portugal

1 — A publicidade a inscrever ou a afixar nas imediações das estradas ou dos caminhos municipais, fora dos aglomerados urbanos, deverá observar as distâncias do limite da faixa de rodagem estabelecidas no artigo 68.º do Regulamento Geral das Estradas e Caminhos Municipais.

2 — A publicidade a inscrever ou a afixar na proximidade das estradas nacionais e regionais sob jurisdição da sociedade comercial anónima denominada EP — Estradas de Portugal, S. A., deve observar os seguintes critérios adicionais:

- a) A mensagem ou os seus suportes não poderão ocupar a zona da estrada que constitui domínio público rodoviário do Estado;

b) A ocupação temporária da zona da estrada para instalação ou manutenção das mensagens ou dos seus suportes está sujeita ao prévio licenciamento da sociedade comercial anónima denominada EP — Estradas de Portugal, S. A.;

c) A mensagem ou os seus suportes não deverão interferir com as normais condições de visibilidade da estrada e ou com os equipamentos de sinalização e segurança;

d) A mensagem ou os seus suportes não deverão constituir obstáculos rígidos em locais que se encontrem na direção expectável de despieste de veículos;

e) A mensagem ou os seus suportes não deverão possuir qualquer fonte de iluminação direcionada para a estrada capaz de provocar encadeamento;

f) A luminosidade das mensagens publicitárias não deverá ultrapassar as 4 candelas por metro quadrado;

g) Não deverão ser inscritas ou afixadas quaisquer mensagens nos equipamentos de sinalização e segurança da estrada;

h) A afixação ou inscrição das mensagens publicitárias não poderá obstruir os órgãos de drenagem ou condicionar de qualquer forma o livre escoamento das águas pluviais;

i) Deverá ser garantida a circulação de peões em segurança, nomeadamente os de mobilidade reduzida, numa zona de circulação pedonal livre de qualquer mensagem ou suporte publicitário que não deverá ser inferior a 1,50 metros.

3 — Toda a publicidade que não caiba na definição do n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, está sujeita a prévia autorização da sociedade comercial anónima denominada EP — Estradas de Portugal, S. A.; nos termos do n.º 2 do artigo 2.º do mesmo diploma legal.

4 — Nos casos em que o licenciamento é dispensado de acordo com as alíneas b) e c) do n.º 3 e do n.º 4 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, se a publicidade, mensagem ou suporte se encontrarem na proximidade de uma estrada nacional ou de uma estrada regional sob jurisdição da sociedade comercial anónima denominada EP — Estradas de Portugal, S. A., será necessário que o cidadão garanta que os critérios são cumpridos, sob prejuízo dessa publicidade vir a ser removida ou sujeita ao regime contraordenacional previsto quando detetada pelos serviços de fiscalização dessa empresa.

Artigo 9.º

Critérios e condições sobre a segurança de pessoas e bens

É proibida a inscrição, a afixação, a manutenção ou a instalação de suportes publicitários que:

- a) Prejudique as condições de segurança, salubridade e conforto de pessoas e bens, nomeadamente no que se refere à circulação pedonal e rodoviária em geral;
- b) Prejudique as condições de segurança, salubridade e conforto de pessoas e bens, nomeadamente no que se refere a locais de permanência de pessoas, tais como residências, serviços de saúde, estabelecimentos de apoio social, estabelecimentos escolares e similares;
- c) Prejudique ou dificulte a circulação de veículos de socorro e emergência;
- d) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encadeamento, dos peões ou automobilistas;
- e) Prejudique a perceatibilidade de outro suporte publicitário colocado nos termos regulamentares;
- f) Prejudique a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia, sinais de trânsito e sinalização semaforica, ou apresentem disposições, formatos ou cores que com eles se possam confundir;
- g) Dificulte o acesso bem como a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais.

Artigo 10.º

Critérios e condições de instalação de um suporte publicitário em edifícios

1 — A instalação de suportes publicitários em fachadas de edifícios deve observar as seguintes condições:

- a) Não podem exceder a fachada do edifício;
- b) Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, nem sobrepor gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas;

- c) Não devem ocultar ou obstruir vãos;
 d) Deve cumprir o disposto na alínea i) do n.º 2 do artigo 8.º ou no n.º 3 do artigo 7.º, consoante os casos.

2 — A instalação de suportes publicitários sobre coberturas ou terraços de edifícios, deve observar as seguintes condições:

- a) O suporte não deve obstruir os sistemas de vistas em presença;
 b) O suporte, ou as suas partes, não devem fazer qualquer ocupação aérea do espaço pertencente ao domínio público, para além da linha definida pelo plano vertical que delimita a fachada do edifício;
 c) O suporte não deve ter uma altura que prejudique os critérios e condições estabelecidos no artigo anterior.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos lugares ou espaços de propriedade particular depende do consentimento do respetivo proprietário ou possuidores e deve respeitar as normas em vigor sobre proteção do património arquitetónico e do meio urbano, ambiental e paisagístico.

Artigo 11.º

Critérios e condições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1 — A difusão de publicidade através de meios sonoros, fixos ou móveis, é objeto de licenciamento temporário, e observa a legislação vigente, nomeadamente a respeitante ao ruído.

2 — Não é autorizada a difusão de publicidade sonora a menos de 200 metros de hospitais, casas de saúde, escolas, lares de terceira idade e estabelecimentos similares, bem como nas zonas de proteção sujeitas à tutela da Administração Central.

3 — Não é permitida a difusão de publicidade sonora entre as 20h00 m e as 09h00 m do dia seguinte.

4 — Não é autorizada a difusão de publicidade sonora por um período superior a cinco dias, por entidade e por mês.

SECÇÃO II

Critérios e condições comumente aceites

Artigo 12.º

Critérios alternativos

A título excecional, devidamente fundamentado nos termos do artigo 5.º, os suportes publicitários definidos no artigo 4.º podem ser licenciados mediante a aplicação de critérios e condições alternativos aos comumente aceites, nomeadamente em matéria de dimensões e de distâncias que podem ser diversas das referidas na presente Secção.

SUBSECÇÃO I

Suportes publicitários

Artigo 13.º

Dimensões

1 — As dimensões dos suportes publicitários serão sempre consideradas à escala relativa do edifício a que se destinarem.

2 — As bandeiras, tabuletas e pendões não podem exceder 0,60 metros de largura por 1 metro de altura.

3 — Os painéis não podem exceder 8 metros de largura por 3 metros de altura.

4 — Na afixação de sanefas não pode ser excedido o balanço de 3 metros, nem lateralmente os limites das instalações pertencentes à atividade publicitada.

5 — As chapas não podem exceder na sua maior dimensão 0,60 metros, nem ter saliência superior a 0,05 metros.

6 — As placas não podem ter dimensão superior aos limites das instalações pertencentes à atividade publicitada.

7 — As letras soltas e os símbolos não podem exceder a dimensão de 0,40 metros de altura, nem ter saliência superior a 0,10 metros.

8 — Os mupis não podem exceder a dimensão de 1,20 metros de largura por 1,75 metros de altura.

9 — As telas não podem ter dimensão superior aos limites físicos das empenas ou das fachadas laterais cegas que lhes servem de suportes.

Artigo 14.º

Condições de instalação de bandeiras

A instalação de bandeiras obedece às seguintes condições:

- a) As bandeiras são preferencialmente oscilantes e orientadas para o lado interior do passeio;
 b) A fixação de bandeiras respeita as seguintes distâncias mínimas:
 i) 3 metros de qualquer tipo de sinalização de trânsito;
 ii) 3 metros entre a sua parte inferior e o solo;
 iii) 2,50 metros do limite da faixa de rodagem;
 iv) 2 metros entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira;
 v) 20 metros entre bandeiras afixadas ao longo das vias;

c) As bandeiras não podem ser instaladas em postes de iluminação pública, nem em semáforos.

Artigo 15.º

Condições de afixação de cartazes

1 — Só podem ser afixados cartazes, dísticos colantes e outros suportes publicitários similares nos locais ou bens do domínio público ou privado do Município onde tenha sido previamente autorizada a sua afixação.

2 — A área máxima de superfície publicitária permitida nos abrigos de transportes públicos é de 1,75 metros por 1,20 metros em cada uma das faces.

3 — A inscrição ou afixação de mensagens publicitárias nos transportes públicos não pode, por questões de segurança, sobrepor-se ou cobrir as superfícies transparentes dos veículos, nomeadamente portas e janelas, com exceção do vidro da retaguarda.

4 — Excetuam-se do disposto no número anterior os meios ou os processos de aplicação da publicidade que acaulem a visibilidade a partir do interior do veículo.

Artigo 16.º

Condições de aplicação de chapas

1 — A aplicação de chapas obedece às seguintes condições:

- a) Sejam preferencialmente instaladas entre vãos;
 b) Não podem ocultar quaisquer elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas;
 c) Não poderão localizar-se acima do nível do 1.º piso dos edifícios;
 d) Apresentem dimensões, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

2 — As chapas de proibição de afixação de anúncios serão colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos edifícios, mas nunca próximo das que designam arruamentos, e as suas dimensões não poderão exceder 20 cm × 15 cm.

Artigo 17.º

Condições de instalação de colunas publicitárias

A instalação de colunas publicitárias obedece às seguintes condições:

- a) Tenham o padrão de qualidade, quer de materiais, quer de formas, equivalente ao do mobiliário urbano;
 b) Sejam instaladas em espaços com áreas não inferiores a 75 metros quadrados, cuja menor dimensão não seja inferior a 5 metros, designadamente em praças e largos;
 c) Possuam uma secção horizontal cujas dimensões não ultrapassem 1,50 metros de diâmetro ou de lado, consoante a forma, e 9,50 metros de altura.

Artigo 18.º

Condições de instalação de faixas

A instalação de faixas obedece às seguintes condições:

- a) Destinarem-se a publicitar eventos de natureza cultural, turística, desportiva, recreativa ou similar;
 b) Sejam colocadas a uma altura mínima do solo de 4,50 metros;
 c) Sejam retiradas logo após a realização dos eventos que publicitam.

Artigo 19.º

Condições de instalação de guardas publicitárias

A instalação de guardas publicitárias obedece às seguintes condições:

- a) Sejam instaladas em passeios ou espaços de circulação e permanência de peões;
 b) Não afetem o percurso pedonal acessível, nos termos do regime jurídico da acessibilidade nos espaços públicos;

- c) Não afetem a circulação rodoviária, em especial dos veículos de socorro;
- d) Sejam colocados numa área igual ou inferior a 10 metros lineares contínuos;
- e) Não sejam instalados em ilhas para peões ou para suporte de sinalização.

Artigo 20.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

A aplicação de letras soltas ou de símbolos obedece às seguintes condições:

- a) Sejam aplicados diretamente sobre o paramento das paredes ou nos envidraçados dos vãos;
- b) Não ocultem elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.

Artigo 21.º

Condições de instalação de mupis e totens

1 — A instalação de um mupi ou de um totem obedece às seguintes condições:

- a) Seja previamente autorizada a sua instalação em locais do domínio público municipal;
- b) Permita a circulação rodoviária;
- c) Seja assegurado um percurso pedonal acessível, nos termos do regime jurídico da acessibilidade nos espaços públicos;
- d) Não prejudique o acesso a estabelecimentos ou edifícios;
- e) Esteja a uma distância igual ou superior a 3 metros de quaisquer outros elementos existentes na via pública;

2 — Os totens instalados em espaços do domínio público municipal podem ser colocados em passeios com largura igual ou superior a 5 metros.

Artigo 22.º

Condições de instalação dos painéis

1 — A instalação de painéis obedece às seguintes condições:

- a) A distância entre a parte inferior da moldura e o solo seja igual ou superior a 2,20 metros;
- b) Seja assegurado um percurso pedonal acessível, nos termos do regime jurídico da acessibilidade nos espaços públicos;
- c) Sejam implantados em postes que ofereçam a resistência e solidez suficientes e necessárias a não colocarem em risco a segurança de pessoas e bens;
- d) Quando instalados em conjunto, devem sempre ser nivelados entre si, salvo se se localizarem numa zona com declive acentuado;
- e) Não afetem a paisagem urbana e salvaguardem o equilíbrio estético dos locais;
- f) As molduras dos painéis não permaneçam sem publicidade por um período superior a 30 dias.

2 — Os painéis de grandes dimensões ou outdoors são, preferencialmente, instalados na periferia da cidade e é proibida a sua instalação em áreas de imóveis classificados, em vias de classificação ou incluídas em zonas de proteção dos mesmos e em núcleos históricos.

3 — A instalação de painéis em tapumes, vedações ou elementos congêneres, só é permitida enquanto decorrerem obras no local e desde que a estrutura de fixação ao solo seja instalada no interior do tapume, vedação ou elemento congénere.

Artigo 23.º

Condições de instalação de pendões

A instalação de pendões obedece às seguintes condições:

- a) Não prejudiquem os enfiamentos visuais ao longo das ruas;
- b) Não sejam instalados a menos de 3 metros de outra tabuleta ou pendão;
- c) Assegurem um percurso pedonal acessível, nos termos do regime jurídico da acessibilidade nos espaços públicos.

Artigo 24.º

Condições de aplicação de placas

A aplicação de placas obedece às seguintes condições:

- a) Sejam instaladas nos paramentos das paredes ou nos envidraçados superiores dos vãos;

- b) Não podem ocultar quaisquer elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas;
- c) Quando aplicadas em varandas, não excedam a altura dos gradeamentos ou das zonas vazadas.

Artigo 25.º

Condições de instalação de sanefa e toldo

A instalação de uma sanefa e do respetivo toldo obedece às seguintes condições:

- a) Só é permitida ao nível do rés-do-chão, salvo quando não exceda os limites exteriores da fachada e não afete a estética do edifício ou a segurança de pessoas e bens;
- b) Observe as seguintes distâncias:
 - i) Em passeios com largura superior a 2 metros, a ocupação deve deixar livre um espaço não inferior a 0,80 metros em relação ao limite exterior do passeio;
 - ii) Em passeios com largura igual ou inferior a 2 metros, a ocupação deve deixar livre um espaço não inferior a 0,40 metros em relação ao limite exterior do passeio, podendo ser fixada uma distância superior sempre que exigências de segurança rodoviária ou a existência de equipamento urbano o justifiquem;
 - iii) Apresente uma distância mínima ao solo igual ou superior a 2,20 metros;
 - iv) Não exceda um avanço superior a 3 metros em relação ao plano marginal do edifício nem exceda os limites laterais das instalações do estabelecimento ou da unidade.
- c) Não sejam colocados acima do nível do teto das instalações pertencentes à atividade publicitada.

Artigo 26.º

Condições de instalação de setas direcionais

1 — A instalação de setas direcionais obedece às condições:

- a) Devem ser uniformes;
- b) Devem conter apenas o sinal de direção, o nome e o logótipo da entidade, salvo em relação às zonas industriais, caso em que poderão conter para além do sinal de direção, o nome e o tipo de estabelecimento ou empresa.

2 — Em regra, não será permitida a inscrição, a afixação ou a manutenção de suportes publicitários orientadores e indicadores de locais onde não sejam desenvolvidas atividades económicas por relevantes unidades locais nos domínios da saúde, turístico, cultural, desportivo ou no contexto do desenvolvimento local.

3 — O Município pode sempre estabelecer locais próprios para a colocação destes suportes publicitários, bem como critérios ou modelos que os uniformizem considerando, em matéria de indicações turísticas, geográficas, ecológicas, culturais, desportivas e industriais o quadro XXI anexo ao Regulamento de Sinalização de Trânsito, que foi aprovado pelo Decreto Regulamentar n.º 22-A/98, de 1 de Outubro.

Artigo 27.º

Condições de aplicação de tabuletas

A instalação de tabuletas obedece às condições estabelecidas para a instalação de pendões.

Artigo 28.º

Condições de instalação de telas

1 — A instalação de telas obedece às seguintes condições:

- a) Não podem exceder os limites físicos das empenas ou fachadas laterais cegas que lhes servem de suporte;
- b) O suporte publicitário a instalar deve ser constituído por um único dispositivo, não sendo por isso admitida mais do que uma tela por local ou empena.

2 — Em casos devidamente fundamentados e sem prejuízo do cumprimento do disposto no número anterior, pode ser permitida a instalação de telas em fachadas de edifícios degradados, edifícios com obras em curso, grandes superfícies comerciais ou de serviços e equipamentos.

3 — A instalação de telas em edifícios com obras em curso deve obedecer ainda às seguintes condições cumulativas:

- a) As telas devem ficar recuadas em relação ao tapume de vedação;
- b) O período de instalação das telas não pode prolongar-se para além do período de execução das obras.

SUBSECÇÃO II

Suportes publicitários com luz

Artigo 29.º

Dimensões

1 — As dimensões dos anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e dos suportes publicitários similares são sempre consideradas à escala relativa do edifício a que se destinarem, aplicando-se, com as devidas adaptações e sempre que tal se justifique, o disposto nos artigos 12.º e seguinte.

2 — Os anúncios e reclamos não podem exceder uma saliência máxima de 0,60 metros em relação ao pano de parede.

Artigo 30.º

Condições de instalação de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e similares

1 — Não é permitida a colocação de mais do que um anúncio ou reclamo por estabelecimento na fachada do edifício, aplicando-se, com as devidas adaptações e sempre que tal se justifique o disposto nos artigos 12.º a 28.º

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, a instalação de anúncios ou reclamos deve obedecer às seguintes condições:

a) A instalação perpendicular ao plano das fachadas não pode prejudicar enfiamentos visuais ao longo das vias e deve ter uma distância mínima ao solo de 2,20 metros, devendo garantir-se a existência de um percurso pedonal acessível de acordo com a legislação em vigor;

b) Sem prejuízo do disposto nas alíneas anteriores, nos casos em que o anúncio ou reclamo tiver um balanço até 0,15 metros, a distância mínima ao solo é de 2 metros;

c) Os anúncios ou reclamos a instalar em arcadas ou galerias não podem ter dimensão superior à largura do vão existente, nem saliência em relação aos pilares ou pano de parede, sendo obrigatória uma distância mínima ao solo de 2,20 metros.

3 — As estruturas dos anúncios e reclamos devem, tanto quanto possível, ficar encobertas e ser pintadas com a cor mais adequada ao espaço arquitetónico a que os suportes publicitários se destinam.

4 — Não é permitida a instalação de anúncios e reclamos na cobertura de edifícios, salvo situações excecionais devidamente justificadas em procedimento de licenciamento.

SUBSECÇÃO III

Outras formas de publicidade

Artigo 31.º

Estudo de estabilidade e termo de responsabilidade

1 — Sem prejuízo do disposto nos artigos 5.º e seguintes e no n.º 4 do artigo anterior, no caso de instalação de suporte publicitário na cobertura de edifícios, deve ser junto com o requerimento inicial um estudo de estabilidade.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, sempre que a instalação do suporte publicitário seja feita a uma distância do solo superior a 4 metros, ou quando as dimensões ou o peso do suporte publicitário impliquem a construção de aparato de sustentação, deve ser junto com o requerimento inicial um termo de responsabilidade.

3 — Os documentos referidos nos números anteriores são subscritos por técnicos habilitados, nos termos do n.º 9 do artigo 42.º

Artigo 32.º

Condições de instalação e de divulgação através de unidades móveis publicitárias

1 — As unidades móveis publicitárias que circulem ou estacionem na área do concelho, cuja finalidade principal seja a transmissão de mensagens publicitárias, mesmo que sem sede, delegação, ou qualquer forma de representação no concelho, carece de licenciamento municipal, nos termos do presente Regulamento.

2 — No prazo de 5 dias após a entrada do requerimento a solicitar o cancelamento da publicidade nos veículos, deverá o requerente, trazer junto do edifício da Câmara Municipal, o veículo, de modo a que o facto possa ser verificado pelos serviços municipais.

3 — A publicidade inscrita em veículos de empresa ou particulares não pode fazer-se através de meios ou dispositivos salientes da carroçaria original dos mesmos e por questões de segurança não pode obstruir a visibilidade, cobrindo as superfícies transparentes dos veículos, nem pode violar os limites impostos pela legislação sobre ruído, nem o previsto no presente Regulamento sobre publicidade sonora.

4 — As unidades móveis publicitárias não podem, em caso algum, permanecer estacionadas no mesmo local público por período superior a 3 horas, salvo durante o período noturno desde que não emita ruído.

Artigo 33.º

Condições de realização de campanhas publicitárias de rua

1 — É proibida a distribuição de panfletos publicitários ou de produtos nas faixas de circulação rodoviária.

2 — Não é permitida a projeção ou lançamento de panfletos publicitários ou de produtos através de ações ou meios de transportes.

3 — O período máximo autorizado para cada campanha de distribuição de panfletos publicitários ou de produtos no espaço público é de cinco dias em cada mês e para cada entidade e, o período máximo autorizado para cada campanha de provas de degustação é de dez dias, em cada mês e para cada entidade.

4 — O número máximo de locais ou áreas autorizados em simultâneo para cada campanha de distribuição de produtos ou panfletos publicitários da mesma campanha é de três, por cada entidade.

Artigo 34.º

Condições de instalação e de divulgação de publicidade em meios ou suportes aéreos

1 — A divulgação de publicidade em meios ou suportes aéreos não pode ser utilizada em conjunto com publicidade sonora.

2 — Não é permitido o lançamento de panfletos ou de quaisquer outros produtos.

3 — Só poderão ser utilizados integrando campanhas publicitárias e com as respetivas restrições às campanhas publicitárias de rua.

4 — Não obstante o licenciamento, ao interessado compete e é responsável em exclusivo por respeitar as servidões a que a utilização do espaço aéreo se encontra adstrita.

5 — A licença fica condicionada à entrega de contrato de seguro de responsabilidade civil no Município, sendo o titular da licença responsável por todos os danos resultantes da utilização destes suportes publicitários.

Artigo 35.º

Condições de instalação de publicidade em quiosques e bancas

1 — Em regra, só é permitida a incorporação de mensagens publicitárias em quiosques ou bancas quando na sua conceção e desenho originais tiverem sido previstos suportes publicitários para este fim.

2 — Excecionalmente, podem ser autorizadas alterações à configuração inicial destes equipamentos desde que cumpram as condições do presente Regulamento.

3 — É proibida a afixação de autocolantes ou quaisquer dísticos nas partes exteriores dos quiosques ou no exterior das bancas, salvo letras ou símbolos respeitantes aos sinais distintivos do estabelecimento.

4 — Não são permitidos painéis superiores, instalados sobre a cobertura das bancas.

5 — Nos quiosques não é permitida a instalação de caixas de luz com fins publicitários.

6 — Quando os quiosques ou as bancas tiverem toldos, os mesmos poderão ostentar publicidade desde que apenas inscrita na respetiva sanefa.

Artigo 36.º

Condições de instalação de publicidade em expositores, máquinas de venda automática, brinquedos mecânicos e equipamentos similares

A instalação de expositores, máquinas de venda automática, brinquedos mecânicos e equipamentos similares no exterior dos estabelecimentos, sempre que se verifique a ocupação de espaço público não pode prejudicar a circulação de peões, deverá salvaguardar o ambiente e a estética dos respetivos locais e depende sempre do que estiver previsto na regulamentação sobre a ocupação do domínio público municipal.

SECÇÃO III

CrITÉrios e condições especiais respeitantes à instalação de suportes publicitários não sujeitos a licenciamento publicitário

Artigo 37.º

CrITÉrios e condições especiais respeitantes à instalação de suportes publicitários

Não está sujeita a licenciamento municipal publicitário a afixação, inscrição, manutenção ou difusão de mensagens de publicidade que cumpra as seguintes condições cumulativas:

- a) Cumpra o disposto no artigo 3.º do presente Regulamento;
- b) Seja instalada em placa, chapa, tabuleta, anúncios luminosos ou iluminados ou consista na aplicação de letras soltas ou de símbolos, que cumpra as condições e critérios comumente aceites e as condições e critérios fundamentais previstos no presente Regulamento;
- c) Apenas seja instalado um suporte publicitário na fachada de cada estabelecimento existente no edifício;
- d) Cumpra as demais condições previstas no presente Regulamento;
- e) Não se localize numa das áreas previstas nos capítulos VI e VII do presente Regulamento.

CAPÍTULO III

Obrigações do titular dos suportes e dos demais meios publicitários

Artigo 38.º

Obrigações do titular dos suportes e dos demais meios publicitários

Os proprietários, os titulares dos suportes publicitários ou dos demais meios publicitários e os demais sujeitos responsáveis são obrigados a:

- a) Manter a mensagem e o suporte publicitário em boas condições de conservação, funcionamento e segurança, realizando os trabalhos de manutenção e limpeza bem como as obras de reparação que sejam necessárias para a sua adequada conservação, mesmo que derivem de atos de vandalismo ou de pinturas que tenham sido feitas sobre qualquer parte do suporte publicitário;
- b) Remover o suporte publicitário, em caso de caducidade ou revogação da licença de publicidade ou de notificação por violação dos critérios previstos no presente Regulamento, devendo proceder à sua desmontagem e retirada total dos elementos integrantes dos mesmos;
- c) Repor o local ou espaço de inscrição, afixação ou difusão da mensagem publicitária nas condições em que se encontrava antes do deferimento do pedido de licença ou da sua instalação, consoante os casos, bem como reparar quaisquer danos ocasionados em bens públicos ou privados durante a afixação, inscrição, manutenção ou difusão da mensagem publicitária;
- d) Identificar os suportes publicitários, colocando em lugar visível e dentro do perímetro do suporte o nome da empresa de publicidade titular da licença e o número do alvará da licença emitida pelo Município, quando seja o caso;
- e) Cumprir as demais prescrições estabelecidas no alvará de licenciamento e as condições previstas no presente Regulamento.

CAPÍTULO V

Procedimento de licenciamento

Artigo 39.º

Licenciamento

1 — Salvo nos casos previstos no artigo 3.º, a afixação, inscrição, manutenção ou difusão de mensagens de publicidade está sujeita ao regime de licenciamento municipal.

2 — O Município pode outorgar, por contrato ou protocolo, nos termos da lei e dentro dos limites do seu termo territorial, exclusivos para inscrição, afixação, manutenção ou difusão de mensagens publicitárias ou ceder a exploração de outdoors, setas direcionais, anúncios eletrónicos, mupis interativos ou outro mobiliário urbano desde que, quando se trate de protocolo, seja celebrado com entidade sem fins lucrativos, que prossiga interesses públicos compreendidos na esfera de atribuições municipais e cujo objeto social compreenda a intervenção, a requalificação ou a reabilitação urbana.

3 — A ocupação do domínio público está sujeita aos procedimentos de mera comunicação prévia, comunicação prévia com prazo, licenciamento ou concessão, nos termos do n.º 2 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, do regime geral de ocupação do espaço público e do regulamento municipal que vigore sobre a matéria.

Artigo 40.º

Legitimidade

1 — O licenciamento de publicidade pode ser requerido pelo anunciante ou por profissional ou agência de publicidade.

2 — Quando se pretenda a afixação, inscrição, instalação e difusão de publicidade em bem de propriedade particular, o requerente deve ser titular de qualquer posição jurídica que abranja a faculdade de utilização do local para o fim em causa.

Artigo 41.º

Natureza dos licenciamentos

Todos os licenciamentos, permissões ou autorizações concedidas no âmbito do presente Regulamento são considerados precários.

Artigo 42.º

Instrução do pedido de licenciamento

1 — O pedido de licenciamento é feito em requerimento dirigido ao Presidente da Câmara onde constem os seguintes elementos:

- a) A identificação do requerente com o nome, número de identificação fiscal, domicílio, número e bilhete de identidade ou cartão de cidadão, no caso de pessoas singulares, e designação social, número do cartão de pessoa coletiva e sede social no caso de se tratar de pessoa coletiva;
- b) A indicação exata do local e do meio ou suporte publicitário a licenciar;
- c) O período de licenciamento pretendido para a concessão da licença, quando não sejam licenças anuais automaticamente prorrogáveis.

2 — O requerimento deverá ser instruído com os seguintes elementos:

- a) Declaração emitida pelo requerente em como este se responsabiliza por quaisquer danos emergentes causados sobre bens do Município ou de terceiros;
- b) Autorização do proprietário do prédio, ou do condomínio, em que o referido suporte vai ser implantado ou difundido, juntando documento comprovativo da titularidade.

3 — O pedido é instruído com os elementos técnicos que, em função das características do suporte publicitário ou do local da inscrição, da afixação, da manutenção ou da difusão de mensagens publicitárias, sejam necessários, à luz das normas técnicas do urbanismo, nomeadamente:

- a) Memória descritiva do projeto, identificando a natureza, a forma, volumetria, área e cores dos materiais ou dos elementos a utilizar;
- b) Desenho do suporte publicitário, com indicação da forma, materiais a utilizar, dimensão e ou balanço para afixação ou fotomontagem/fotocomposição esclarecedora da situação final pretendida, apresentada à escala adequada, e indicando o resumo dos textos/mensagens a projetar;
- c) Planta de localização fornecida pelos competentes serviços municipais à escala de 1:25000, 1:2000 ou 1:1000;
- d) Termo de responsabilidade técnica por parte de pessoa legalmente habilitada, nos termos do n.º 9;
- e) Outros documentos que o requerente considere adequados a complementar os anteriores ou a esclarecer a sua pretensão.

4 — O pedido deve ser apresentado, cumulativamente, em suporte de papel e digital.

5 — No caso de suportes publicitários a colocar em edifícios, deve apresentar-se desenho de alçados e corte cotado esclarecedor do suporte publicitário e com indicação dos materiais, cores e texturas a utilizar, quando dadas as características do suporte publicitário ou do local da inscrição, da afixação, da manutenção ou da difusão de mensagens publicitárias, sejam necessários à luz das normas técnicas do urbanismo.

6 — O requerimento para a obtenção de licença para a distribuição de impressos na via pública, para além do nome, identificação fiscal do requerente e período de distribuição, deverá ser acompanhado de um exemplar dos mesmos.

7 — O licenciamento para a afixação de cartazes fica apenas dependente de pedido a efetuar ao Município, para efeitos de registo, arquivo e licenciamento, devendo a comunicação ser acompanhada de 1 exemplar do cartaz ou da maqueta do mesmo, salvo no caso da afixação de cartazes nos totens de publicidade de afixação gratuita que está isenta de licenciamento ficando a cargo da entidade anunciante o dever de

conservar o suporte publicitário, de respeitar a publicidade que aí já se encontre afixada e é sempre responsável pelo teor das mensagens publicitárias.

8 — Os requerimentos iniciais relativos a licenças de ocupação do espaço público serão ainda instruídos com os desenhos elucidativos, com a indicação da forma, dimensões e materiais e demais elementos previstos na regulamentação que vigore.

9 — O pedido de licenciamento deve ser acompanhado de quaisquer licenças, autorizações, certificados ou termos de responsabilidade que se mostrem legalmente exigíveis, designadamente para o exercício da atividade a publicitar ou para a realização de obras de edificação, se a estas houver lugar.

Artigo 43.º

Apreciação liminar

1 — O presidente da Câmara Municipal, com faculdade de delegação nos termos da lei, aprecia e decide, no prazo de dez dias, as questões de ordem formal e procedimental que possam obstar ao conhecimento do pedido, designadamente as relativas à legitimidade do requerente e à regularidade formal do requerimento.

2 — Se o requerimento ou os documentos que o acompanham apresentarem faltas ou deficiências que não possam ser oficiosamente supridas, o requerente, dentro do prazo referido no número anterior, será notificado para fazer as correções necessárias ou juntar os elementos em falta, em prazo não inferior a cinco dias.

3 — Se existirem questões que obstem absolutamente ao conhecimento do pedido ou se o requerente não proceder ao suprimento das deficiências para que foi notificado, o pedido de licenciamento será liminarmente indeferido e arquivado, fato de que se notificará o requerente.

4 — Na ausência de decisão expressa acerca das questões mencionadas no n.º 1, o requerimento considera-se corretamente instruído para efeitos da continuação do procedimento.

Artigo 44.º

Procedimento

1 — A instrução do procedimento é da competência do presidente da câmara, com faculdade de delegação nos termos da lei, de acordo com o disposto no artigo 86.º do Código de Procedimento Administrativo.

2 — Não havendo lugar a indeferimento liminar, o órgão instrutor remete, no prazo previsto no artigo 47.º do presente Regulamento, o requerimento e a respetiva documentação às entidades com jurisdição sobre os locais em que se pretende a ocupação e a afixação, inscrição, instalação ou difusão de publicidade, para emissão de parecer.

3 — No prazo de dez dias após o recebimento dos pareceres a que se refere o n.º 2, o decurso do prazo mencionado no artigo 99.º, n.º 2 do Código de Procedimento Administrativo ou, não havendo lugar a qualquer consulta, após o decurso do prazo de dez dias, o competente serviço instrutor apresentará o processo à entidade ou órgão competente para decidir, acompanhado de uma proposta de despacho.

Artigo 45.º

Elementos complementares

1 — Nos 15 dias seguintes à data de entrada do requerimento pode ser exigido ao requerente, através de comunicação escrita:

- a) A indicação de outros elementos, esclarecimentos ou indicações necessários à apreciação do pedido;
- b) Documento comprovativo de seguro de responsabilidade civil, cuja apólice cubra os danos potencialmente advenientes da atividade ou da estrutura em processo de licenciamento;
- c) Autorização de outros proprietários, comproprietários ou locatários, por escrito e com as respetivas assinaturas devidamente reconhecidas nessa qualidade, que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição pretendida.

2 — A falta de indicação ou da apresentação dos elementos, esclarecimentos ou indicações referidos no número anterior, dentro do prazo concedido, implicará o indeferimento liminar do processo e o conseqüente arquivamento do mesmo.

Artigo 46.º

Cumulação de licenciamentos

1 — Nos casos em que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias exija a execução de obras de construção, ampliação, alteração ou demolição que estejam sujeitas a um procedimento de controlo prévio urbanístico, o requerente da licença de publicidade deve promover o procedimento adequado nos termos das normas legais e regulamentares aplicáveis.

2 — O procedimento de controlo prévio urbanístico a que haja lugar correrá os seus trâmites no Município em simultâneo com o procedimento de licenciamento da publicidade, ficando a decisão final deste licenciamento dependente do teor e sentido da decisão proferida naquele procedimento de controlo prévio.

3 — Aplica-se o disposto no número anterior, com as necessárias adaptações, quando o suporte publicitário também implique a ocupação do domínio público municipal.

Artigo 47.º

Pareceres

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária esteja sob a jurisdição de outras entidades, é promovida a respetiva consulta sobre o pedido de licenciamento nos 30 dias seguintes à entrada do requerimento ou nos 15 dias seguintes à junção dos elementos complementares.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, o Município pode, sempre que o julgar necessário para a tomada de decisão, consultar quaisquer outras entidades que tenha por conveniente do ponto de vista dos interesses e valores a acautelar no licenciamento da publicidade.

3 — As entidades consultadas devem emitir os seus pareceres no prazo de 30 dias, findo o qual se considera terem dado a sua concordância ao pedido de licenciamento.

4 — Os pareceres emitidos nos termos dos números anteriores devem ser devidamente fundamentados e só têm caráter vinculativo quando tal resulte da lei.

Artigo 48.º

Indeferimento do pedido de licenciamento

1 — O pedido só pode ser indeferido com fundamento na violação de disposições do presente regulamento ou na demais legislação e regulamentação aplicável.

2 — Previamente à decisão de indeferimento do pedido de licenciamento proceder-se-á à audiência prévia dos interessados, de acordo com o disposto no Código do Procedimento Administrativo.

3 — A decisão de indeferimento do pedido de licenciamento deve ser fundamentada de facto e de direito e é notificada ao requerente nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 49.º

Decisão final

1 — A decisão final sobre o pedido de licenciamento deverá ser proferida pelo Município no prazo de 30 dias, contados da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à tomada de decisão.

2 — Em caso de deferimento, a notificação final da decisão tomada deverá incluir o local e prazo para que o interessado possa proceder ao levantamento do alvará de licença, e deve avisá-lo do montante das taxas que for devido, nos termos do Regulamento de Taxas e Outras Receitas, publicado como regulamento n.º 430/2010, de 12 de Maio na redação que lhe foi dada pelo aviso n.º 21092/2011, 24 de Outubro, pelo regulamento n.º 271/2012, de 17 de julho e pelo regulamento n.º 445/2012, de 26 de outubro, respetivamente publicados nos n.ºs 92, 204, 137 e 208 da 2.ª série do *Diário da República*.

3 — O alvará poderá ser levantado pelo interessado, contra comprovativo de pagamento da taxa devida, até ao décimo quinto dia seguinte à notificação do despacho de concessão da licença.

4 — Decorrido o prazo estabelecido no número anterior sem que o alvará seja levantado a licença caduca.

5 — No caso previsto no número anterior e em caso de novo requerimento de concessão de licença com o mesmo objeto, apresentado nos doze meses seguintes, o titular da licença fica dispensado de juntar os elementos aproveitáveis que constem no processo.

Artigo 50.º

Alvará

1 — A licença de publicidade é sempre concedida a título precário, até ao termo do ano civil a que se reporta o licenciamento, e é titulada por alvará que é condição de eficácia da mesma.

2 — O alvará de licença de publicidade é emitido pelo Presidente da Câmara Municipal, com faculdade de delegação de poderes, e deve conter as seguintes especificações:

- a) A identificação do titular da licença de publicidade;
- b) A identificação do tipo de suporte publicitário utilizado para a afixação ou inscrição da mensagem publicitária;
- c) A identificação do ato administrativo de autorização da licença de publicidade, com referência aos respetivos autor e data;

- d) A identificação do local de afixação ou inscrição da mensagem publicitária;
- e) Os condicionamentos ao licenciamento;
- f) O prazo de validade da licença correspondente ao período do licenciamento.

3 — A licença de publicidade pode ser prorrogada por período igual ou inferior àquele por que foi concedida.

4 — O titular da licença de publicidade só pode exercer os direitos que a mesma lhe confere depois de levantar o respetivo alvará ou de ser efetuado o averbamento da prorrogação.

5 — A emissão do alvará de licença de publicidade ou o averbamento da respetiva prorrogação dependem de prévio pagamento da taxa nos termos do Regulamento de Taxas e Outras Receitas, publicado como regulamento n.º 430/2010, de 12 de Maio na redação que lhe foi dada pelo aviso n.º 21092/2011, 24 de outubro, pelo regulamento n.º 271/2012, de 17 de julho e pelo regulamento n.º 445/2012, de 26 de outubro, respetivamente publicados nos n.ºs 92, 204, 137 e 208 da 2.ª série do *Diário da República*.

Artigo 51.º

Prazo de duração e prorrogação da licença

- 1 — As licenças terão o prazo de duração nelas fixadas.
- 2 — As licenças anuais reportam-se ao ano económico de 1 de janeiro a 31 de dezembro.
- 3 — Quando a licença requerida seja relativa a um evento que ocorra em data determinada, considera-se que a licença só vigora até ao termo da realização de tal evento.
- 4 — Quando a licença seja requerida para a afixação, inscrição, instalação ou difusão de uma mensagem publicitária em tapumes que delimitem áreas de construção, a duração da licença não ultrapassará, em caso algum, o prazo para execução da obra.
- 5 — A licença cujo prazo seja igual ou superior a 30 dias, prorroga-se automaticamente e sucessivamente, salvo se se verificar alternativamente um das seguintes situações:
 - a) O Município notificar o titular, de decisão em sentido contrário, por escrito e com antecedência mínima de 30 dias antes do termo do prazo respetivo, declarando a sua caducidade e os motivos da sua não prorrogação;
 - b) O titular comunicar ao Município intenção contrária, por escrito no prazo constante das condições expressas na licença.
- 6 — Nos casos previstos no número anterior, a prorrogação da licença será titulada por averbamento ao alvará.

Artigo 52.º

Titularidade da licença

- 1 — Em regra, a licença de publicidade é pessoal e não pode ser cedida a qualquer título.
- 2 — O pedido de mudança de titularidade da licença pode ser deferido desde que se cumpram os seguintes requisitos:
 - a) Estejam pagas as taxas que sejam devidas;
 - b) Não sejam solicitadas quaisquer alterações ao objeto de licenciamento;
 - c) O requerente instrua o processo com elementos que provem a legitimidade do seu interesse.

Artigo 53.º

Extinção da licença

- 1 — Os direitos de afixação, inscrição, manutenção ou de difusão de mensagens publicitárias extinguem-se:
 - a) Por caducidade;
 - b) Por revogação.
- 2 — A caducidade verifica-se nos seguintes casos:
 - a) No termo do prazo pelo qual a licença foi concedida ou prorrogada;
 - b) Por morte, dissolução de pessoa coletiva, declaração de insolvência, falência ou outra forma de extinção do titular;
 - c) Por perda, por parte do respetivo titular, do direito ao exercício da atividade relacionada, direta ou indiretamente, com a mesma;
 - d) Quando o titular comunicar que não pretende a prorrogação;
 - e) Quando for proferida decisão no sentido da não prorrogação da licença;
 - f) Por falta de pagamento das taxas devidas.

3 — A revogação verifica-se nos seguintes casos:

- a) Precedida de audiência do titular, quando tenha comprovadamente sobrevindo motivo que pudesse ter levado ao indeferimento da licença no momento em que foi emitida, quando o titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que tenha ficado vinculado por virtude do licenciamento;
- b) Quando viole direitos de terceiros, for ofensiva da ordem pública e dos valores éticos consignados na Constituição da República Portuguesa, ou for suscetível de prejudicar a segurança ou tranquilidade públicas;
- c) Precedida de audiência do titular, por motivo de interesse público;
- d) O titular não proceda ao aproveitamento do direito no prazo e nas condições estabelecidas;
- e) Utilize o direito em desconformidade com as condições constantes da comunicação ou da licença;
- f) Sempre que o titular da licença de publicidade proceda à substituição ou alteração da mensagem publicitária licenciada, salvo no caso de suportes publicitários em que a operação se tenha circunscrito à substituição por novo suporte, com as mesmas características, designadamente material, cor, forma, texto, imagem, textura, dimensões e volumetria, em resultado da degradação do antigo suporte.

4 — A revogação da licença não confere direito a qualquer indemnização.

CAPÍTULO VI

Publicidade no Centro Histórico da Cidade da Guarda, em imóveis de interesse público nacional ou municipal

Artigo 54.º

Critérios e condições sobre valores patrimoniais histórico-culturais

É proibida a inscrição, a afixação, a manutenção ou a instalação de suportes publicitários ou a difusão de mensagens publicitárias em:

- a) Imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal, salvo se a mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce;
- b) Templos e cemitérios.

Artigo 55.º

Licenciamento publicitário

1 — A publicidade nas áreas previstas no artigo 17.º do Regulamento do Plano Diretor Municipal da Guarda, que foi ratificado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 55/94, publicada no *Diário da República*, 1.ª série-B, n.º 166, de 20 de julho de 1994 está sujeita a licenciamento publicitário, nos termos do presente Regulamento e do disposto no capítulo VII do Regulamento do Centro Histórico, publicado em anexo àquela Resolução.

2 — O licenciamento da afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em zonas de proteção de imóveis classificados, ou em fase de instrução do processo de classificação, é precedido de consulta ao «IGESPAR, I. P.» ou à entidade que o venha a substituir em matéria de património cultural.

3 — Independentemente do procedimento a que estão sujeitas, a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em imóveis classificados ou em vias de classificação carece, nos termos do n.º 1 do artigo 41.º da Lei n.º 107/2001, de 8 de setembro, de autorização prévia da administração do património cultural competente.

4 — Independentemente do procedimento a que estão sujeitas, a afixação de mensagens publicitárias em imóveis situados em zonas de proteção de imóveis classificados ou em vias de classificação deverá respeitar o enquadramento paisagístico, a especialidade arquitetónica e a perspetiva de contemplação do bem, nos termos do previsto no n.º 2 do artigo 52.º da Lei n.º 107/2002, de 8 de setembro.

5 — As isenções referidas nas alíneas d), f), g) e nos n.ºs 2 e 3 do artigo 3.º não se devem aplicar nas zonas com servidão administrativa sujeita a tutela da Administração Central, designadamente em relação a imóveis classificados, em vias de classificação e respetivas zonas de proteção e especiais de proteção e que antes devem sempre ser sujeitas a parecer prévio da tutela competente

CAPÍTULO VII

Publicidade no Parque Natural da Serra da Estrela

Artigo 56.º

Parque Natural da Serra da Estrela

1 — O licenciamento da afixação ou inscrição de mensagens publicitárias no Parque Natural da Serra da Estrela obedece ao disposto no Regulamento do Plano de Ordenamento do Parque Natural da Serra da Estrela, publicado em anexo à Resolução do Conselho de Ministros n.º 83/2009, de 9 de setembro e no Decreto-Lei n.º 142/2008, de 24 de julho, e é precedido de consulta ao Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, I. P., ou à entidade que o venha a substituir na administração do parque.

2 — É interdita a instalação de quaisquer formas de publicidade nas áreas do Parque Natural da Serra da Estrela que estão abrangidas por regime de proteção.

3 — As áreas não abrangidas por regime de proteção correspondem genericamente aos núcleos urbanos e aglomerados rurais.

CAPÍTULO VIII

Medidas de fiscalização e de reposição da legalidade

Artigo 57.º

Competência e ação fiscalizadora

1 — Sem prejuízo das competências postas, por lei, a cargo de outras entidades ou autoridades policiais, incumbe aos competentes serviços municipais a fiscalização do disposto no presente Regulamento.

2 — Sempre que forem verificadas violações às normas do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, alterado, bem como às previstas no Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, a Câmara Municipal deve comunicá-las à Direção-Geral do Consumidor, em conformidade com o disposto nos artigos 37.º do Código da Publicidade e 19.º, n.º 3 do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, e para os efeitos do preceituado nos artigos 38.º e 39.º do Código da Publicidade, e 20.º e 21.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março.

3 — Compete ao Presidente da Câmara Municipal, com a faculdade de delegação nos Vereadores, a aplicação das coimas, das sanções acessórias e das medidas de reposição da legalidade.

4 — As receitas provenientes da aplicação de coimas reverterem para o Município da Guarda.

Artigo 58.º

Contraordenações e coimas

1 — A afixação, inscrição, difusão ou manutenção de mensagens publicitárias que não tenha sido precedida de licenciamento ou que desrespeite qualquer norma prevista no presente Regulamento relativa às características ou às condições de instalação ou utilização de qualquer um dos diversos suportes publicitários, constitui contraordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 300 a € 2500, para pessoas coletivas.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em local diverso do previsto na licença constitui contraordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 300 a € 2500, para pessoas coletivas.

3 — A afixação, inscrição, difusão ou manutenção de mensagens publicitárias que não respeite as condições previstas na respetiva licença, designadamente quanto ao titular, ao meio difusor ou suporte publicitário, ao conteúdo da mensagem publicitária ou ao material autorizado a ser utilizado constitui contraordenação punível com coima de € 100 a € 750, para pessoas singulares, e de € 200 a € 1500, para pessoas coletivas.

4 — A não remoção dos suportes publicitários nas condições estabelecidas e ou dentro do prazo fixado pelo Município para esse efeito constitui contraordenação punível com coima de € 150 a € 1250, para pessoas singulares, e de € 300 a € 2500, para pessoas coletivas.

5 — A tentativa e a negligência são sempre punidas nos termos gerais.

Artigo 59.º

Sujeitos responsáveis

1 — Serão sujeitos responsáveis das infrações, as pessoas singulares ou coletivas que pratiquem as ações ou omissões tipificadas no presente Regulamento e nas demais normas aplicáveis, as pessoas singulares ou coletivas promotoras do bem ou do serviço que se publicita e o proprietário do solo ou do imóvel no qual se tenha cometido a infração quando tenha tido conhecimento das atividades infratoras ou dos suportes

publicitários colocados em contravenção com o disposto no presente Regulamento e nas demais normas aplicáveis.

2 — Salvo prova em contrário, presume-se a existência de conhecimento quando por qualquer ato se tenha cedido o uso do solo ou da edificação para a realização de qualquer tipo de atividade publicitária.

3 — As coimas que se imputem aos distintos responsáveis pela mesma infração terão entre si caráter independente.

Artigo 60.º

Graduação do montante das coimas

Para a graduação do montante das coimas considerar-se-á:

- a) A quantidade de danos causados;
- b) A sua incidência no património histórico-cultural e natural da cidade;
- c) A natureza da infração;
- d) A perturbação produzida na paisagem urbana;
- e) A intensidade da perturbação provocada na utilização do espaço público;
- f) A localização segundo a qualificação tipológica do solo estabelecida no Plano Diretor Municipal;
- g) A reincidência e o grau de culpa;
- h) A reincidência no cometimento de outra infração da mesma natureza no prazo de um ano;
- i) O possível benefício económico do infrator e as demais circunstâncias previstas na lei.

Artigo 61.º

Responsabilidade civil e criminal

A aplicação das coimas e sanções supra referidas, não isenta o infrator da eventual responsabilidade civil ou criminal emergente dos factos por si praticados.

Artigo 62.º

Conservação de Suportes Publicitários

1 — O competente órgão municipal pode ordenar aos proprietários ou aos titulares dos suportes publicitários a execução das obras ou a realização das atuações necessárias para conservar as condições previstas no presente Regulamento.

2 — Para efeitos do disposto no número anterior, conceder-se-á ao proprietário ou ao titular dos suportes publicitários um prazo de entre 10 e 20 dias, em função da complexidade das obras ou das atuações a levar a cabo, salvo se se justificar a impossibilidade técnica de realizar as obras ou as atuações nesses prazos, caso em que se poderá conceder um prazo maior.

3 — Na notificação prevista nos números anteriores é indicada uma estimativa orçamental dos custos que o Município terá com a conservação do suporte publicitário, caso este se tenha de substituir ao obrigado no dever de conservação.

4 — A execução subsidiária à custa do obrigado, prevista nos números anteriores, tem como limite o dever normal de conservação e é precedida de audiência dos interessados, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 63.º

Remoção de suportes publicitários

1 — Em caso de caducidade ou de revogação da licença de publicidade, deve o respetivo titular proceder à remoção dos suportes de publicidade, no prazo máximo de 30 dias, contados da declaração de caducidade da licença ou da notificação do ato de revogação, consoante o caso, salvo se se justificar a impossibilidade técnica de realizar as obras ou as atuações nesse prazo, caso em que se poderá conceder um prazo maior.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, o Município pode ordenar a remoção dos suportes publicitários sempre que se verifique a inscrição, afixação, manutenção ou difusão de publicidade sem licenciamento prévio ou em desconformidade com as normas constantes no presente Regulamento.

3 — Para efeitos do disposto no número anterior, o Município deverá notificar o infrator, fixando-lhe o prazo indicado no n.º 1, para proceder à remoção do suporte publicitário e indicando-lhe uma estimativa orçamental dos custos que o Município terá com a remoção da publicidade e a limpeza do local, caso este se tenha de substituir na reposição da legalidade.

4 — A notificação prevista no número anterior é precedida de audiência dos interessados, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

5 — Caso exista desrespeito da notificação prevista no n.º 3, pode o Município proceder à respetiva remoção, a expensas do titular da licença ou do infrator.

6 — A remoção deverá ser complementada com a necessária limpeza do local, de modo a repor as condições existentes à data de emissão da licença.

7 — Sempre que o exija a execução dos trabalhos de remoção dos suportes publicitários, nomeadamente para garantir a entrada ou o acesso de trabalhadores, máquinas ou viaturas a propriedade privada, o Município pode determinar a posse administrativa do bem, nos termos do disposto no artigo seguinte, sem prejuízo de ter que obter a autorização judicial quando se trate de entrar em domicílios.

Artigo 64.º

Posse administrativa

1 — O ato administrativo que tiver determinado a posse administrativa é notificado aos titulares dos direitos reais sobre o bem do domínio privado onde estiver afixado o suporte publicitário.

2 — A notificação prevista no número anterior é precedida de audiência dos interessados, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

3 — A posse administrativa é realizada pelos trabalhadores municipais designados para o efeito, mediante a elaboração do respetivo auto, o qual, para além de identificar o bem imóvel pela sua descrição jurídica ou física, indicará os titulares conhecidos de direitos reais sobre o mesmo, a data e o autor do ato administrativo referido no número anterior, a descrição sumária dos suportes publicitários em causa e, se for esse o caso, o número e a data do alvará de licença de publicidade.

4 — A posse administrativa manter-se-á pelo período necessário à execução dos trabalhos de remoção, caducando, automaticamente, com o fim dos mesmos.

Artigo 65.º

Embargo e demolição

1 — O Município ordenará, ouvido o infrator, o embargo ou demolição das obras contrárias ao disposto no presente regulamento.

2 — O Município pode substituir-se aos infratores executando os trabalhos em falta, por administração direta ou em regime de empreitada, sendo estes responsáveis por todas as despesas inerentes às operações de remoção, reposição e depósito, não sendo o município responsável por quaisquer danos que os bens possam sofrer.

Artigo 66.º

Publicidade abusiva

1 — Sem prejuízo do disposto nos artigos anteriores e da eventual aplicação de coimas e sanções acessórias, o Município pode, independentemente de prévia notificação, proceder à remoção de suportes publicitários sempre que tenha havido uma utilização abusiva de espaços de utilização pública.

2 — Para efeitos do disposto no n.º 1, caso os serviços municipais verifiquem que existe um perigo grave e iminente para a segurança de pessoas ou bens, tomar-se-ão as medidas necessárias para evitá-lo, sem que seja necessária uma decisão administrativa prévia, que será tomada posteriormente.

3 — Essas medidas serão as que tecnicamente se considerem imprescindíveis para evitar o perigo imediato podendo consistir em reforços da sustentação, escoramentos, desmontagem e outras análogas, devendo observar-se o princípio da intervenção mínima.

4 — As atuações previstas nos números anteriores ficarão a cargo do titular da licença, da empresa publicitária, da entidade ou pessoa cujos serviços ou produtos se anuncie ou do titular do terreno ou do edifício em que está instalado o suporte.

5 — Os proprietários ou titulares de outros direitos sobre locais privados onde foram afixadas ou inscritas mensagens publicitárias em violação do preceituado no presente Regulamento podem destruir, rasgar, apagar ou por qualquer forma inutilizar e remover os suportes utilizados.

CAPÍTULO IX

Disposições finais e transitórias

Artigo 67.º

Regime transitório

1 — O presente Regulamento aplica-se aos pedidos de licenciamento ou de prorrogação da licença de publicidade cuja instrução decorra à data da sua entrada em vigor.

2 — Até ao início do funcionamento do balcão único eletrónico, aplica-se o procedimento de licenciamento previsto no presente Regulamento.

3 — As licenças publicitárias concedidas mantêm-se em vigor, desde que sejam pagas as respetivas taxas que sejam devidas pelas prorrogações, devendo adaptar-se ao determinado no presente Regulamento quando se pretenda realizar qualquer atuação que pressuponha uma modificação da licença concedida, incluindo a mudança de titular se ela afetar a identificação do estabelecimento.

4 — Mantêm-se as relações contratuais ou protocolares que existam em matéria de exploração de outdoors, setas direcionais, anúncios eletrónicos e mupis interativos.

5 — Quando as disposições contraordenacionais vigentes no momento da prática do facto punível forem diferentes das estabelecidas no presente Regulamento, é sempre aplicado o regime que concretamente se mostrar mais favorável ao agente.

Artigo 68.º

Direito subsidiário

1 — A tudo o que não estiver expressamente previsto no presente Regulamento aplica-se o disposto no Código do Procedimento Administrativo, na Lei n.º 97/88, de 18 de agosto, no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril e no Código da Publicidade.

2 — Em matéria de contraordenações é aplicável o previsto no Regulamento de Resíduos Sólidos Urbanos e Higiene Pública do Município da Guarda, que foi publicado como Regulamento n.º 124/2009, na 2.ª série do *Diário da República*, n.º 56, de 20 de março de 2009, bem como no regulamento sobre ocupação do domínio público que vigorar e na demais legislação especial e, subsidiariamente, aplica-se o disposto no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, com as alterações introduzidas pelos Decretos-Lei n.º 356/89, de 17 de outubro e n.º 244/95, de 14 de setembro.

Artigo 69.º

Norma revogatória

1 — São revogadas todas as deliberações bem como as demais normas regulamentares municipais que não se harmonizem com o disposto no presente Regulamento, nomeadamente as constantes no Regulamento Municipal de Urbanização e de Edificação, que foi publicado na 2.ª série do *Diário da República*, n.º 196, em 26 de agosto de 2003.

2 — São expressamente revogados o n.º 3 do artigo 24.º e os n.ºs 2 e 3 do artigo 38.º do Regulamento referido no número anterior.

3 — É expressamente revogado o Regulamento de Inscrição e Afixação de Publicidade no Município da Guarda, que foi publicado como Regulamento n.º 608/2011, na 2.ª série do *Diário da República*, n.º 225, de 23 de novembro de 2011, bem como o artigo 7.º e a alínea d) do artigo 61.º, ambos do Código de Posturas, na redação que lhe foi conferida pelas deliberações tomadas na reunião de 22 de junho de 1992 da Câmara Municipal e na sessão da Assembleia Municipal de 8 de julho do mesmo ano.

Artigo 70.º

Aplicação no espaço

1 — O presente Regulamento aplica-se em todo o termo territorial do Município da Guarda.

2 — Os instrumentos de gestão territorial que vigorem no termo territorial do município podem estabelecer disposições específicas sobre suportes publicitários que complementam as disposições do presente Regulamento.

Artigo 71.º

Início de vigência

1 — O presente Regulamento dispõe para o futuro e só se torna obrigatório depois de publicado em jornal oficial.

2 — O presente Regulamento entra em vigor no 15.º dia útil, contado da sua publicação na 2.ª série do *Diário da República*.

Artigo 72.º

Contagem de prazos

Os prazos previstos no presente Regulamento são contados nos termos do Código de Procedimento Administrativo.

Artigo 73.º

Cessaçã de vigência

1 — O presente Regulamento mantém-se em vigor mesmo quando a competência passar para outro órgão do Município ou quando ocorra a substituição da lei que executa ou complementa, neste último caso, vigora na parte em que se harmoniza com o disposto na lei nova.

2 — A vigência do presente Regulamento cessa, nos termos gerais de direito, por caducidade, revogação ou por decisão do tribunal.

3 — As remissões para as normas legais e regulamentares constantes no presente Regulamento consideram-se feitas para os diplomas e normas que os substituam em caso de revogação.

19 de dezembro de 2012. — O Presidente da Câmara, *Joaquim Carlos Dias Valente*.