

Artigo 5.º

Estatuto remuneratório

A remuneração dos titulares dos cargos de direção intermédia de 3º grau do Município de Vieira do Minho é fixada, nos termos do n.º 3 do artigo 4º da Lei 49/2012, de 29 de agosto, na 6ª posição remuneratória da carreira geral de técnico superior, no nível 27.

Artigo 6.º

Disposição final

Em tudo o que não estiver expressamente previsto no presente regulamento, aplica-se o disposto na Lei n.º 2/2004, de 15 de janeiro, com as alterações introduzidas pelas Leis n.ºs 51/2005, de 30 de agosto, 64-A/2008, de 31 de dezembro, 3-B-2010, de 28 de abril, 64/2011, de 22 de dezembro e 49/2012, de 29 de agosto

Artigo 7.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação no *Diário da República*.

207518075

MUNICÍPIO DE VILA VIÇOSA**Aviso n.º 767/2014**

Manuel João Fontainhas Condenado, Presidente da Câmara Municipal de Vila Viçosa faz público, para efeitos de apreciação pública e de acordo com o Artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de novembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 6/96, de 31 de janeiro, o Projeto de Regulamento Municipal de Publicidade, aprovado por esta Câmara Municipal em reunião do Órgão realizada em 2 de janeiro de 2014, podendo as sugestões e ou propostas de alteração ser apresentadas, no prazo de 30 (trinta) dias úteis após a respetiva publicação no *Diário da República* e site www.cm-vilavicosas.pt:

Projeto de Regulamento Municipal de Publicidade**Nota Justificativa**

Considerando que o Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, tem como objetivo simplificar o regime de exercício de diversas atividades económicas no âmbito da iniciativa “Licenciamento Zero”, que visa reduzir encargos administrativos sobre os cidadãos e as empresas, mediante a eliminação de licenças, autorizações, vistorias e condicionamentos prévios para atividades específicas, substituindo-os por ações sistemáticas de fiscalização à posteriori e mecanismos de responsabilização efetiva dos promotores.

Considerando que, por um lado, se pretende a adaptação do regime jurídico das atividades de prestação de serviços aos princípios e regras previstos na Diretiva n.º 2006/123/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho e, por outro, se concretize o princípio do balcão único eletrónico designado “Balcão do Empreendedor”, acessível através do Portal da Empresa, de forma a que seja possível num só ponto cumprir todos os atos e formalidades necessários para aceder e exercer uma atividade de serviços, incluindo a disponibilização de meios de pagamento eletrónico.

Considerando que a iniciativa “Licenciamento Zero” simplifica ou elimina licenciamentos habitualmente conexos com as atividades económicas de restauração ou de bebidas, de comércio de bens, de prestação de serviços ou de armazenagem, concentrando eventuais obrigações de mera comunicação prévia no referido balcão eletrónico, tais como os relativos a afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, em determinados casos relacionados com a atividade do estabelecimento, sem prejuízo das regras sobre ocupação do domínio público.

Considerando que a Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto e pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, estabelece a obrigatoriedade de elaboração de regulamentos municipais de execução quanto ao respetivo objeto.

É, assim, imperioso a definição de regras claras, quanto ao procedimento de afixação e instalação de suportes publicitários na área do Concelho de Vila Viçosa

No uso dos poderes regulamentares conferidos às autarquias locais pelo artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa e nos termos do disposto na alínea k) do n.º 1 do artigo 33.º da Lei n.º 75/2013 de 12 de setembro, a Câmara Municipal de Vila Viçosa, em sua reunião ordinária

de dois de janeiro de 2014 aprova o presente Projeto de Regulamento de Publicidade para vigorar no Município de Vila Viçosa, cuja elaboração se fundamenta no disposto nos artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto e pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.

CAPÍTULO I**Disposições gerais**

Artigo 1.º

Objeto

O presente Regulamento estabelece o regime a que fica sujeita a afixação, a inscrição ou a difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial, assim como a utilização destas em suportes em toda a área do Município de Vila Viçosa.

Artigo 2.º

Âmbito material

1 — O presente Regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade de natureza comercial, nele se estabelecendo os critérios e requisitos a observar na afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias, qualquer que seja o meio utilizado.

2 — Está excluída do âmbito de aplicação deste regulamento a afixação ou inscrição de mensagens de propaganda, nomeadamente as de natureza política.

Artigo 3.º

Âmbito territorial

1 — O presente Regulamento aplica-se à área territorial do Concelho de Vila Viçosa.

2 — É proibida a afixação ou inscrição de publicidade fora dos aglomerados urbanos em quaisquer locais onde a mesma seja visível das estradas nacionais, à exceção de:

- a) Meios de publicidade que se destinem a identificar edifícios ou estabelecimentos, públicos ou particulares, desde que tal publicidade seja afixada ou inscrita nesses mesmos edifícios ou estabelecimentos;
- b) Anúncios temporários de venda ou arrendamento de imóveis, desde que neles localizados;
- c) Meios de publicidade de interesse cultural.

CAPÍTULO II**Disposições Gerais****SECÇÃO I****Regime Aplicável**

Artigo 4.º

Mensagens publicitárias de natureza comercial

1 — Sem prejuízo das regras sobre a utilização do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e da biodiversidade, a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a licenciamento, a autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a atos emitidos na sequência de comunicações prévias, com prazo, a registo ou a qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia quando as mensagens publicitárias de natureza comercial:

- a) São afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras, e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- b) São afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicita os sinais distintivos de comércio do estabelecimento ou do respetivo explorador, mesmo que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- c) Ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

2 — No caso de bens imóveis, a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias no próprio bem são abrangidas pelo disposto na alínea *b*), no número anterior.

3 — Os critérios que devem ser observados na afixação e inscrição de mensagens publicitárias no presente Regulamento só produzem efeitos após a sua divulgação no “Balcão do Empreendedor” acessível pelo “Portal da Empresa”.

4 — A afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial que não se enquadrem nos números anteriores, seguem o regime geral de prévio licenciamento municipal a que se refere o artigo 26.º do presente Regulamento.

Artigo 5.º

Aplicabilidade

1 — Aplica-se a mera comunicação prévia à declaração referida no n.º 1 do artigo 10.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 01 de abril, quando as características e localização do equipamento e do mobiliário urbano respeitarem os limites fixados na alínea *e*) do n.º 1 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 01 de abril, devendo aquela conter os elementos previstos no n.º 3 do artigo 12.º do referido diploma legal e no n.º 2 do artigo 2.º da Portaria n.º 239/2011, de 21 de junho.

2 — A comunicação prévia com prazo nos casos em que as características e localização do equipamento e do mobiliário urbano não respeitarem os limites fixados na alínea *e*) do n.º 1 do artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, devendo aquela ser acompanhada dos elementos adicionais constantes no n.º 4, do artigo 3.º da Portaria n.º 239/2011, de 21 de junho.

3 — A mera comunicação prévia e a comunicação prévia com prazo serão efetuadas no “Balcão do Empreendedor”.

SECÇÃO II

Princípios gerais sobre a afixação e inscrição de mensagens publicitárias

Artigo 6.º

Critérios de ocupação

Os critérios de ocupação do espaço público devem procurar garantir que tal ocupação respeite as regras seguintes:

- Não provocar obstrução de perspetivas paranormais ou afetar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;
- Não prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de ser classificados pelas entidades públicas;
- Não causar prejuízos a terceiros;
- Não afetar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária ou ferroviária;
- Não apresentar disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com as da sinalização de tráfego;
- Não prejudicar a circulação dos peões, designadamente dos cidadãos portadores de deficiência.

Artigo 7.º

Preservação das condições de segurança de pessoas e bens

Sem prejuízo das regras contidas no artigo 6.º, a afixação, a inscrição e a difusão de mensagens publicitárias não pode:

- Prejudicar as condições de segurança, salubridade e conforto de pessoas e bens, nomeadamente no que se refere à circulação pedonal e rodoviária em geral;
- Prejudicar 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 comerciais e similares;
- Prejudicar ou dificultar a circulação de veículos de socorro e emergência;
- Apresentar mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encadeamento, dos peões ou automobilistas;
- Prejudicar a perceptibilidade de outro suporte publicitário colocado nos termos regulamentares;
- Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia, sinais de trânsito e sinalização semaforica, ou apresentem disposições, formato ou cores que com eles se possam confundir;
- Dificultar o acesso bem como a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais.

Artigo 8.º

Preservação dos espaços públicos

A afixação, a inscrição e a difusão de mensagens publicitárias não é permitida sempre que:

- 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;
- Possa impedir, restringir ou interferir, negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras ocupações dos espaços públicos ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;
- Prejudique o uso, o funcionamento, a eficácia ou a manutenção de equipamentos e infraestruturas públicas ou de uso público;
- Contribua para a descaracterização da imagem e da identidade dos espaços naturais ou construídos e dos sistemas de vistas sobre eles estabelecidos;
- Dificulte o acesso e ação das entidades competentes, às infraestruturas existentes no Município, para efeitos da sua manutenção e conservação.
- A pretensão incida na colocação em postes ou candeeiros de iluminação pública e em sinalização rodoviária.

Artigo 9.º

Preservação dos espaços verdes públicos

A instalação ou a utilização, em espaços verdes de domínio ou público ou deste perceptível, de qualquer suporte publicitário, não é permitido sempre que:

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

Artigo 10.º

Preservação de valores patrimoniais históricos, culturais, naturais e paisagísticos

1 — Em geral, a instalação ou a utilização de qualquer suporte publicitário não é permitida em:

- 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;
- Templos e cemitérios.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, não é permitida sempre que possa causar danos irreparáveis nos materiais de revestimento exterior dos edifícios e que os suportes utilizados prejudiquem o ambiente, afetem a estética ou a salubridade dos lugares ou causem danos a terceiros, nomeadamente quando se trate de:

- Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante;
- Pintura e colagem ou afixação de cartazes nas fachadas dos edifícios ou em qualquer outro mobiliário urbano;
- Suportes que excedam a frente do estabelecimento.

Artigo 11.º

Definições

Para efeitos de aplicação do presente Regulamento de Publicidade, entende-se por:

- Mobiliário Urbano — as “coisas” instaladas, projetadas ou apoiadas no espaço público, destinadas a uso público, que prestem um serviço coletivo ou que complementem uma atividade, ainda que de modo sazonal ou precário;
- Anúncio eletrónico — o sistema computadorizado que permite a emissão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de tv, vídeo e similares;
- Anúncio iluminado — o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- Anúncio luminoso — o suporte publicitário que emita luz própria;
- Tela — o suporte publicitário constituído por tecido, material flexível de natureza têxtil ou membrana, possuindo ou não moldura rígida;

f) Chapa — o suporte publicitário não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não exceda 60 cm e a máxima saliência não exceda 5 cm;

g) Espaço público — toda a área não edificado de livre acesso;

h) Espaço verde público — espaço natural ou construído, de domínio ou uso público, localizado dentro dos aglomerados urbanos, predominantemente ocupado por cobertura vegetal e plantações;

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

j) Placa — o suporte publicitário não luminoso aplicado em parâmetro visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não exceda 1,50 m;

k) Painel — o suporte publicitário constituído por uma ou duas superfícies em material rígido para inscrição da publicidade, guarnecida por moldura e dispondo de elementos estruturais para a sua sustentação, fixados diretamente ao solo, podendo assumir a variante de aplicação mural;

l) Publicidade — toda e qualquer forma de comunicação efetuada por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de promover quaisquer bens ou serviços, tendo em vista a sua comercialização ou alienação e de promover ideias, princípios, marcas, iniciativas ou instituições, bem como toda e qualquer forma de comunicação promovida pela Administração Pública que tenha por objetivo, direto ou indireto, promover o fornecimento de bens e serviços;

m) Publicidade sonora — a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;

n) Suporte publicitário — o meio utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;

o) Unidades móveis publicitárias — veículos utilizados exclusivamente para o exercício das atividades publicitárias;

p) Colunas — o suporte publicitário fixado diretamente no solo sem intermediação de outros apoios, podendo apresentar uma ou várias faces úteis para afixação de mensagens publicitárias em virtude da sua forma poder ser tendencialmente cilíndrica ou poliédrica;

q) Guarda publicitária — o suporte publicitário caracterizado por uma peça de mobiliário urbano fixa, para servir de proteção, apoio ou delimitação de espaços do domínio público, nomeadamente de utilização pedonal integrando uma ou várias superfícies para a afixação de mensagens publicitárias;

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

s) Campanhas publicitárias de rua — a atividade de caráter ocasional que implique ações de rua e o contacto direto com o público;

t) Blimp, balão, insuflável e semelhantes — os suportes publicitários de utilização temporária e que, para afixação no ar careçam de gás, podendo estabelecer-se a sua ligação ao solo por elementos de fixação;

u) Área contígua:

i) Para efeitos de ocupação de espaço público corresponde à área que não excedendo a largura da fachada do estabelecimento, se estende até ao limite de 8 metros medidos perpendicularmente à fachada do edifício ou até à barreira física que eventualmente se localize nesse espaço;

ii) Para efeitos de colocação/afixação de publicidade de natureza comercial corresponde à área que, não excedendo a largura da fachada do estabelecimento, se estende até ao limite de 30cm, medidos perpendicularmente à fachada do edifício;

iii) Para efeitos de distribuição manual de publicidade pelo agente económico — corresponde à área que não excedendo a largura da fachada do estabelecimento, se estende até ao limite de 2 metros medidos perpendicularmente à fachada do edifício, ou, no caso do estabelecimento possuir esplanada até aos limites da área ocupada pela mesma;

v) Bandeirola — o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste, candeeiro ou estrutura idêntica;

x) Cartaz, dístico colante e outros semelhantes — todos e quaisquer meios publicitários temporários, constituídos por papel ou tela colados ou, por outro meio, afixados diretamente em local confinante com a via pública;

y) Pendão — o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

z) 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;

aa) Tarja — o suporte gráfico que atravessa aereamente a via pública;

bb) Toldo — o elemento de proteção contra agentes climáticos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos, no qual pode estar inserido uma mensagem publicitária.

CAPÍTULO III

Condições de instalação de suportes publicitários e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias

Artigo 12.º

Condições de instalação de um suporte publicitário em edifícios

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

a) Devem integrar-se de forma harmoniosa nas fachadas;

b) Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, nem sobrepor gradeamentos em varandas;

c) Não devem ocultar ou obstruir vãos.

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

a) O suporte não deve obstruir os sistemas de vistas em presença;

b) O suporte, ou sua parte, não deve fazer qualquer ocupação aérea do espaço de domínio público;

c) O suporte não deve ter uma altura superior a 4 metros.

Artigo 13.º

Condições de instalação de um suporte publicitário em espaços de domínio público

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

a) Que os percursos pedonais possuam um canal de circulação contínuo e desimpedido de obstruções com uma largura não inferior a 1,20 metro medida ao nível do pavimento, e uma altura não inferior a 2,40 metros, medida na vertical, entre o pavimento e o bordo livre do suporte publicitário;

b) Que se salvguarde uma distância livre não inferior a 80cm, medida na horizontal, entre o bordo exterior livre do lancil do passeio e qualquer dos elementos do suporte publicitário ou de sua projeção horizontal, exceto no caso de suportes tipo guarda publicitária.

Artigo 14.º

Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias

1 — É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública;

2 — O exercício da atividade publicitária sonora está condicionado ao cumprimento das restrições seguintes:

a) Não é permitida a sua emissão, todos os dias, no período compreendido entre as 9h00 e as 20h00;

b) É interdito o exercício da atividade a uma distância mínima de 300 m dos edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, bem como, de Hospitais, Centros de Saúde, Lares de Terceira Idade, Cemitérios, locais de culto, ou estabelecimentos similares.

Artigo 15.º

Condições e restrições relativas à colocação de chapas, placas e tabuletas

1 — Em cada edifício, as chapas, placas ou tabuletas, devem apresentar dimensões, cores, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

2 — As chapas só poderão ser instaladas a uma distância do solo igual ou superior ao nível do piso do 1.º andar dos edifícios.

3 — As placas só poderão ser instaladas ao nível do rés do chão dos edifícios.

4 — Não é permitida a instalação de mais uma placa por cada fração autónoma ou fogo, não se considerando para o efeito as placas de proibição de afixação de publicidade.

5 — A instalação de uma tabuleta deve respeitar as condições seguintes:

a) O limite inferior da tabuleta deve ficar a uma distância do solo igual ou superior a 2,60 m;

b) Não exceder o balanço de 1,50 m em relação ao plano marginal do edifício, exceto no caso de ruas sem passeios, em que o balanço não excede 20cm.

c) Deixar uma distância igual ou superior a 3 metros entre tabuletas.

Artigo 16.º

Condições de instalações de telas

1 — As telas só poderão ser instaladas em edifícios e muros, ou suspensas em postes ou mastros exclusivamente destinados a esse fim.

2 — Quando afixadas em postes, as telas deverão permanecer oscilantes, só podendo ser afixadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste que a suporta.

3 — A distância entre a parte inferior da tela e o solo deve ser igual ou superior a 3 metros e, quando afixadas ao longo das vias, a distância entre telas deve ser igual ou superior a 50 metros.

4 — Quando instaladas nas fachadas de edifício ou fração, as dimensões planimétricas das telas não podem exceder a área de respetiva fachada.

Artigo 17.º

Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

1 — As letras soltas ou símbolos deverão ter dimensões planimétricas adequadas que garantam a integridade estética dos próprios edifícios:

a) Não excedendo 50 cm de altura a 15 cm de espessura ou profundidade;

b) Não ocultando elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, devendo ser aplicadas diretamente sobre o paramento das paredes.

Artigo 18.º

Condições de instalação de colunas publicitárias

1 — Este tipo de suportes publicitários devem assumir-se, em geral, como elementos de mobiliário urbano, devendo caracterizar-se por uma rigorosa qualidade de materiais e forma.

2 — As colunas publicitárias só poderão ser instaladas em espaços amplos, com áreas não inferiores a 100 m², cuja menor dimensão não seja inferior a 6 metros.

3 — As colunas deverão ter uma secção horizontal cujas dimensões não ultrapassem 1,50 m de diâmetro ou de lado, consoante a forma, e 9,50 m de altura.

Artigo 19.º

Condições de aplicação de anúncios luminosos, iluminadas, eletrónicos e semelhantes

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

a) O balanço total não pode exceder dois metros;

b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser menor do que 2,60 m nem superior a 4 m;

c) Caso o balanço não exceda 15cm a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser inferior a 2 m nem superior a 4 m.

2 — As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas eletrónicos ou semelhantes a instalar nas coberturas ou fachadas de edifícios e em espaço público devem ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas com a cor que lhes der o menor destaque.

Artigo 20.º

Condições de colocação de guardas publicitários

1 — As guardas publicitárias deverão ser colocadas em passeios ou outros espaços de circulação e permanência de peões, desde que, a dimensão daqueles o permita, e, de forma a não prejudicar a segurança do trânsito em geral, ou de veículos de socorro, bem como a circulação pedonal em especial das pessoas com mobilidade condicionada.

2 — A fim de evitar a saturação publicitária, as guardas publicitárias não deverão ser colocadas em troços superiores a 10 metros lineares contínuos, assegurando uma distância mínima de afastamento de 10 m, entre suportes publicitários da mesma tipologia.

3 — Não será autorizada a colocação deste tipo de suporte publicitário em cruzamentos e entroncamentos marginados por passeios com largura inferior a 1,5 m.

Artigo 21.º

Condições de instalação e divulgação de publicidade através de unidades móveis

1 — As unidades móveis publicitárias não poderão fazer uso de material sonoro violando o disposto no artigo 14.º do presente regulamento.

2 — O suporte publicitário não poderá exceder as dimensões do veículo ou reboque.

3 — As unidades móveis temporariamente estacionadas em locais previamente autorizados pela Câmara Municipal para o exercício de atividade publicitária e a venda de bens ou serviços, aplicam-se as normas constantes do regulamento sobre ocupação do espaço público.

Artigo 22.º

Publicidade em veículos automóveis

A inscrição ou afixação de mensagens publicitárias em veículos automóveis e outros meios de locomoção que circulem na área do Município de Vila Viçosa, carece de licenciamento prévio a conceder nos termos do presente Regulamento, sempre que o proprietário ou possuidor do veículo tenha ali residência, no caso de pessoas singulares, ou, a respetiva sede, no caso de pessoas coletivas.

Artigo 23.º

Condições e restrições das campanhas publicitárias de rua

1 — O exercício deste tipo de atividade publicitária está condicionado ao cumprimento das restrições seguintes:

a) As campanhas publicitárias de rua, nomeadamente, as que ocorram através da distribuição de panfletos ou de produtos, só são autorizadas em mão aos peões e sem prejudicar a sua circulação, sendo interdita a sua distribuição nas faixas de circulação rodoviária;

b) A distribuição não poderá ser efetuada por arremesso;

c) É obrigatória a remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos ou quaisquer outros resíduos resultantes de cada campanha, abandonados no espaço público num raio de 100 m em redor dos locais de distribuição.

Artigo 24.º

Condições de colocação de painéis publicitários

1 — Quando em conjunto, os painéis deverão ser instalados sempre nivelados entre si, exceto quando se localizem em zona com declive acentuado.

2 — A afixação destes suportes publicitários deverá obedecer a uma distância mínima de 4 m, em relação a equipamentos urbanos ou elementos de infraestruturas existentes no local.

3 — Os painéis de grandes dimensões, vulgarmente designados “outdoors”, com as dimensões de 8 m x 3 m ou superior, só podem ser instalados na periferia, condicionado à não afetação da paisagem urbana e à salvaguarda do equilíbrio estético do local.

4 — As estruturas de suporte não podem em caso algum manter-se no local sem mensagens publicitárias.

5 — Quando o painel tenha apenas uma fase útil, o respetivo tardoz deverá ser tratado de modo a que a estrutura de sustentação não fique visível.

6 — Quando afixados em tapumes, vedações ou elementos similares, os painéis deverão ser sempre nivelados, exceto quando estes se localizem em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socacos acompanhando de forma harmoniosa a inclinação do terreno.

7 — A distância entre a moldura dos painéis e o solo não pode ser inferior a 2 m.

Artigo 25.º

Restrições na afixação de mensagens publicitárias em meios de suportes aéreos

Não pode ser licenciada a afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos, blimps, ou semelhantes que invadam espaços sujeitos a servidões militares ou aeronáuticas, exceto se o pedido for prévio e expressamente autorizado pela entidade com jurisdição sobre esses espaços.

CAPÍTULO IV

Processo de Licenciamento

Artigo 26.º

Aplicabilidade

Aplica-se o regime geral de licenciamento a todas as situações não abrangidas pelas disposições do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril — “Licenciamento Zero” — não podendo as respetivas pretensões ser submetidas através do “Balcão do Empreendedor”.

Artigo 27.º

Requerimento Inicial

1 — O pedido de licenciamento para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias deverá ser formulado no “Balcão Único” desta Câmara Municipal, mediante requerimento dirigido ao respetivo Presidente, com a antecedência mínima de 10 dias antes do início do prazo pretendido para a colocação de publicidade.

2 — O licenciamento para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias através de meios ou suportes que exijam o licenciamento ou autorização para a realização de obras de construção, deve ser requerido cumulativamente nos termos do disposto no Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de dezembro, na redação do Decreto-Lei n.º 26/2010, de 30 de março.

3 — O requerimento deverá obrigatoriamente conter as menções seguintes:

a) A identificação do requerente com o nome, número de identificação fiscal, domicílio, número do bilhete de identidade ou cartão de cidadão, no caso de pessoas singulares e o 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 utilizar;

c) O período de licenciamento pretendido.

E deverá ser acompanhado de:

d) Memória descritiva indicativa dos materiais, cores, configuração e legendas a utilizar no dispositivo publicitário, bem como de quaisquer outras informações que se mostrem necessárias à instrução do processo de licenciamento;

e) Descrição gráfica do suporte publicitário através de plantas, cortes e alçados a escala não inferior a 1/50, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão e balanço de afixação, quando aplicável;

f) Fotografia a cores indicando o local previsto para a afixação, apresentada em suporte de papel formato A4;

g) Fotomontagem sobre fotografia a cores esclarecedora da instalação do suporte publicitário no local pretendido, apresentada em suporte de papel formato A4;

h) Planta de localização à escala 1/2000 (fornecida pelos serviços camarários) com a identificação do local previsto para instalação do reclamo;

i) Documento comprovativo de que o requerente é proprietário, comproprietário, possuidor, locatário ou titular de outros direitos sobre os bens afetos ao domínio privado onde se pretende afixar ou inscrever a mensagem;

j) Para os casos em que o requerente não possua qualquer direito sobre os bens a que se refere o pedido de licenciamento, deve juntar autorização escrita do respetivo proprietário ou possuidor, designadamente da Assembleia de Condóminos quando se trate de colocação de publicidade nas partes comuns de edifício em regime de propriedade horizontal;

k) Termo de responsabilidade emitido por técnico abalizado para o efeito, para casos de anúncios luminosos, iluminados ou eletrónicos, ou painéis cujas estruturas se pretendam instalar quatro metros acima do solo;

l) Termo de responsabilidade subscrito pelo titular do direito ou contrato de seguro de responsabilidade civil celebrado para período compatível com o licenciamento pretendido para meio ou suporte publicitário ou para uma ocupação que possa, eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;

m) Fotocópia com valor de informação emitida pela Conservatória do Registo Predial, quando o pedido diga respeito a bens imóveis, respeitante ao registo daqueles.

n) Alvará de licença ou autorização de utilização, quando for caso disso.

Artigo 28.º

Locais sujeitos a jurisdição de outras entidades

Quando o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária estiver sujeito a jurisdição de outras entidades, deverá a Câmara Municipal solicitar os devidos pareceres sobre o pedido de licenciamento, informando da diligência ao requerente.

Artigo 29.º

Prazo de alienação

O prazo de duração da licença está sujeito ao disposto, para cada suporte, no Regulamento de Tabela de Taxas e Licenças.

Artigo 30.º

Notificação da decisão

A decisão sobre o pedido de licenciamento é notificada ao requerente no prazo de 10 dias úteis, contado da data do despacho proferido para o efeito.

Artigo 31.º

Deferimento

1 — Em caso de deferimento deve incluir-se na notificação prevista no artigo anterior a indicação do prazo de trinta dias para levantamento da licença e pagamento da taxa respetiva.

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

a) Prazo de duração;

b) Prazo para comunicar a não renovação;

c) Número de ordem atribuído à licença, o qual deverá ser afixado no meio ou suporte publicitário;

d) Obrigações de manter o meio ou suporte em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;

3 — O titular da licença só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa a que refere o n.º 1 do artigo 48.º do presente Regulamento.

Artigo 32.º

Renovações

A licença cujo prazo seja igual ou superior a trinta dias renova-se automática e sucessivamente, salvo se:

a) A Câmara Municipal notificar o titular da decisão em sentido contrário, com a antecedência mínima de vinte dias antes do termo do prazo respetivo;

b) O titular comunicar à Câmara Municipal intenção contrária, por escrito, e com a antecedência mínima de dez dias antes do termo do prazo de validade respetivo;

2 — No caso das licenças renováveis o não pagamento das taxas devidas nos prazos aplicáveis determina o cancelamento e extinção da licença concedida e a execução da dívida nos termos legais em vigor, independentemente da responsabilidade contraordenacional a que houver lugar.

Artigo 33.º

Revogação da licença

A licença para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias será revogada sempre que se verifique alguma das situações seguintes:

a) Nos termos legalmente aplicáveis;

b) O titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou qualquer obrigação a que se tenha vinculado no âmbito do licenciamento.

Artigo 34.º

Utilização da licença

A utilização da licença para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias é pessoal e não pode ser cedida a qualquer título, com exceção do previsto no artigo seguinte.

Artigo 35.º

Mudança de titularidade

O pedido de mudança de titularidade da licença só poderá ser deferido se se verificarem cumulativamente as situações seguintes:

a) Se encontrarem pagas as taxas devidas;

b) Se não pretenderem alterar o objeto do licenciamento;

c) Se o requerente fizer prova da legitimidade do seu interesse.

Artigo 36.º

Obrigações gerais do titular

O titular da licença fica vinculado às obrigações seguintes:

a) Não poderá alterar os elementos contidos na licença tal como foram aprovados, ou a alteração da localização do suporte publicitário;

b) Não poderá proceder à transmissão da licença a outrem, salvo se ocorrer mudança de titularidade devidamente autorizada;

c) Colocar na estrutura publicitária e em lugar visível o número do processo de licenciamento e o número atribuído à licença;

d) Repor a situação existente no local tal como se encontrava à data do deferimento, findo o prazo da licença.

Artigo 37.º

Indeferimento

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

a) Não respeitar o disposto nos artigos 6.º a 10.º, bem como as condições estabelecidas no Capítulo III do presente Regulamento;

b) O requerente não apresentar a documentação necessária à instrução do pedido de licenciamento conforme especificado no presente Regulamento;

c) Não respeitar as demais normas legais e regulamentares aplicáveis.

CAPÍTULO V

Fiscalização, Penalidades e Regime Sancionatório

Artigo 38.º

Fiscalização

1 — Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, compete à fiscalização municipal, fiscalizar o disposto no presente Regulamento, bem como a participação ou notícia de qualquer ato ou circunstância suscetível de implicar responsabilidade por eventual prática contraordenacional.

2 — No âmbito dos procedimentos contraordenacionais a fiscalização municipal poderá acionar as medidas cautelares que se mostrem necessárias para a salvaguarda da proteção de provas.

Artigo 39.º

Penalidades

1 — A violação às normas insitas no presente Regulamento constitui contraordenação punível com coima.

2 — O processamento das contraordenações obedecerá ao disposto no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, com as alterações que lhe foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 356/89, de 17 de outubro e pelo Decreto-Lei n.º 244/95, de 14 de setembro e respetiva legislação complementar.

3 — Em todos os casos a negligência é punível.

Artigo 40.º

Regime sancionatório

Constituem contraordenações puníveis nos termos do disposto no artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, e alterações subsequentes introduzidas, com coimas de 3,74€ a 3.740,98€ tratando-se de uma pessoa singular, ou de 3,74€ a 44.891,81€, tratando-se de uma pessoa coletiva, sendo que em caso de negligência, os montantes máximo acima previstos são, respetivamente, de 1.870,49€ e de 22.445,91€.

a) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias quando não tenham sido precedidas de licenciamento municipal nos termos do disposto no Capítulo IV, artigo 26.º

b) A alteração da localização do suporte publicitário, tal como foi aprovado, constante do processo de licenciamento;

c) A transmissão não autorizada da licença a outrem;

d) A não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte publicitário, findo o prazo da respetiva licença;

e) A não renovação de qualquer tipo de suporte publicitário no prazo concedido em notificação pela Câmara Municipal;

f) O incumprimento das condicionantes previstas nas licenças;

g) O não pagamento nos prazos fixados para o efeito das taxas municipais referentes às renovações das licenças de publicidade, independentemente da instauração de processo executivo nos termos do Código do Procedimento e de Processo Tributário;

h) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não respeitem o disposto no Capítulo III do presente Regulamento.

i) A falta de colocação na estrutura publicitária dos dizeres a que se refere o artigo 36.º do presente Regulamento;

Artigo 41.º

Sanções acessórias

1 — Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, simultaneamente com a coima, podem ser aplicadas sanções acessórias, com fundamento nos pressupostos seguintes:

a) Prática pelo agente da contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes — interdição do exercício da atividade;

b) Prática da contraordenação por causa do funcionamento do estabelecimento — encerramento do mesmo.

2 — A duração da interdição do exercício da atividade e do encerramento do estabelecimento não exceder o período de um ano.

Artigo 42.º

Competência para a instrução e aplicação de sanções

A instrução dos processos contraordenacionais e a aplicação das coimas, compete ao Presidente da Câmara Municipal, com possibilidade de delegação nos Vereadores.

Artigo 43.º

Remoção

1 — Quando os titulares dos suportes publicitários não procederem à sua remoção voluntária no prazo indicado na notificação, compete à Câmara Municipal proceder à sua remoção coerciva, imputando os custos e encargos aos infratores.

2 — A Câmara Municipal não se responsabilizará por eventuais danos ou prejuízos que possam advir dessa remoção.

CAPÍTULO VI

Disposições finais

Artigo 44.º

Licenças em vigor

As licenças em vigor mantêm-se, estando sujeitas apenas ao pagamento da taxa que for devida.

Artigo 45.º

Casos omissos

Os casos omissos serão resolvidos mediante deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 46.º

Apreciação de processos

Só carecem de parecer prévio da Divisão de Urbanismo e Ambiente (DUA), os pedidos de licenciamento de suportes publicitários que exijam licenciamento ou autorização civil, conforme disposto no n.º 2 do Artigo 27.º do presente Regulamento.

Artigo 47.º

Valor e liquidação das taxas

1 — São aplicáveis ao licenciamento e renovação previstos neste regulamento, as taxas estabelecidas no Regulamento e Tabela de Taxas e Licenças.

2 — Todas as entidades ainda que eventualmente isentas do pagamento de taxas, não estão isentas do licenciamento a que se refere o presente Regulamento.

3 — O pagamento do valor das taxas no regime de licenciamento é efetuado aquando do levantamento da licença ou, no caso de renovação, no prazo fixado para o efeito sob pena de caducidade do respetivo direito

Artigo 48.º

Legislação subsidiária

Em tudo o que não estiver expressamente previsto neste Regulamento regem as disposições legais aplicáveis.

Artigo 49.º

Norma revogatória

Com a entrada em vigor do presente Regulamento, consideram-se revogadas todas as normas anteriores.

Artigo 50.º

Norma transitória

As licenças em vigor à data da aplicabilidade do “Licenciamento Zero”, sem prejuízo da eventual caducidade por força da lei, que por via desta integram o procedimento de mera comunicação prévia ou de comunicação prévia com prazo, mantêm-se em vigor, sujeitas apenas ao pagamento da taxa que for devida.

Artigo 51.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor quinze dias após a publicação do Edital de aprovação definitiva na 2.ª série do *Diário da República*.

6 de janeiro de 2014. — O Presidente da Câmara Municipal, *Manuel João Fontainhas Condenado*.

207521063

Aviso n.º 768/2014

Manuel João Fontainhas Condenado, Presidente da Câmara Municipal de Vila Viçosa faz público, para efeitos de apreciação pública e de acordo com o Artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de novembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 6/96, de 31 de janeiro, o Projeto de alteração ao Regulamento de utilização de viaturas municipais, aprovado por esta Câmara Municipal em reunião do Órgão realizada em 2 de janeiro de 2014, podendo as sugestões e ou propostas de alteração ser apresentadas, no prazo de 30 (trinta) dias úteis após a respetiva publicação no *Diário da República* e site www.cm-vilavicosas.pt:

Projeto de alteração ao Regulamento de utilização de Viaturas Municipais**Nota justificativa**

A Câmara Municipal de Vila Viçosa presta, em vários domínios, um importante apoio ao movimento associativo e às instituições sedeadas no Concelho.

Cabe neste capítulo a cedência de viaturas municipais para utilização em iniciativas e em atividades realizadas por cada uma das instituições.

No entanto, esse apoio não pode ter caráter limitado, sob risco de onerar em demasia as finanças da Autarquia, num quadro económico-financeiro que se nos apresenta de elevadas dificuldades estruturais, com origem na herança do executivo anterior e nas medidas de corte das verbas do Orçamento de Estado decretadas pelo Governo.

Com o objetivo de adequar à nova realidade económica da Autarquia, propõe-se aprovar submeter a apreciação pública por um período de 30 dias as seguintes alterações ao Regulamento de Utilização de Viaturas Municipais.

Artigo 4.º

Instrução dos pedidos de cedência

- 1 — (Igual)
- 2 — (Igual)
- 3 — Do pedido deverão constar os seguintes elementos:

- a) (Igual)
- b) Morada, telefone, fax e correio eletrónico da instituição;
- c) (Igual)
- d) (Igual)
- e) (Igual)
- f) (Igual)
- g) (Igual)

Artigo 5.º

Confirmação dos pedidos de transporte

A resposta da Câmara Municipal é feita por ofício, que pode ser remetido por via postal, fax ou correio eletrónico, com uma antecedência mínima de quarenta e oito horas relativamente à data da realização da viagem.

Artigo 8.º

Disponibilidade dos autocarros

1 — Os autocarros municipais podem ser requisitados para os dias úteis, durante o horário de trabalho estabelecido para os respetivos motoristas.

2 — (Igual)

3 — No caso das deslocações excederem o horário referido no n.º 1 e no caso de autorização das deslocações a que refere o n.º 2 do presente artigo, a entidade requisitante suportará a alimentação, o alojamento e as horas extraordinárias do motorista a que houver lugar nos termos da legislação aplicável, assim como eventuais portagens.

Artigo 15.º

Isenções totais e parciais

1 — Estão isentas do pagamento das tarifas indicadas no artigo 14.º:

a) Os estabelecimentos de educação e ensino em deslocações na área do concelho — duas deslocações;

b) (Igual)

c) Desporto jovem, até ao escalão de juniores — duas deslocações por ano, por cada escalão;

2 — (Igual)

3 — (Igual)

4 — (Igual)

6 de janeiro de 2014. — O Presidente da Câmara Municipal, *Manuel João Fontainhas Condenado*.

207519469

**PARTE J1****MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA PESQUEIRA****Aviso (extrato) n.º 769/2014****Procedimento concursal de seleção para provimento de um cargo de direção intermédia de 3.º grau**

Nos termos do disposto no artigo 11.º do Regulamento de Organização dos Serviços Municipais de S. João da Pesqueira, publicado no *DR*, 2.ª série, n.º 19, de 28 de janeiro de 2013, conjugado com os artigos 20.º e 21.º da Lei n.º 2/2004, de 15 de janeiro alterada pelas Leis n.ºs 51/2005, de 30 de agosto, 64-A/2008, de 31 de dezembro, 3-B/2010, de 28 de abril, e n.º 64/2011, de 22 de dezembro, aplicável à Administração Local pela Lei n.º 49/2012, de 29 de agosto, torna-se público que, por deliberação da Câmara Municipal ocorrida em 5 de dezembro de 2013, se encontra aberto pelo prazo de dez dias úteis, a contar do 1.º dia útil da publicação

na Bolsa de Emprego Público (BEP), procedimento concursal de seleção para provimento de um cargo de direção intermédia de 3.º grau, para o Serviço Municipal de Bibliotecas, Arquivo e Museus, previsto no mapa de pessoal da Câmara Municipal de S. João da Pesqueira.

A indicação dos requisitos formais de provimento, do perfil exigido, da composição do júri e dos métodos de seleção do referido procedimento concursal vai ser publicitada na Bolsa de Emprego Público www.bep.gov.pt, até ao 2.º dia útil seguinte à presente publicação no *Diário da República*, na página eletrónica do Município de S. João da Pesqueira em www.sjpesqueira.pt e, por extrato, no prazo máximo de 3 dias, contados da mesma data, num jornal de expansão nacional, nos termos dos números 1 e 2 do artigo 21.º da Lei n.º 2/2004, de 15/01, já referida.

6 de janeiro de 2014. — O Presidente da Câmara Municipal, *José António Fontão Tulha*.

307518431