

A Prova de Conhecimentos versará sobre as seguintes matérias:

Competências dos Órgãos das Autarquias Locais e seu regime jurídico de funcionamento, Lei n.º 169/99 de 18 de Setembro, alterada pela Lei n.º 5-A/2002 de 11 de Janeiro.

Código do Procedimento Administrativo, Decreto-Lei n.º 442/91 de 15 de Novembro

Estatuto Disciplinar de Funcionários e Agentes da Administração Central, Regional e Local, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 24/84 de 16 de Janeiro.

Regime de férias, faltas e licenças, Decreto-Lei n.º 100/99 de 31 de Março com as alterações introduzidas pela Lei n.º 117/99 de 11 de Agosto, Decreto-Lei n.º 70-A/2000 de 5 de Maio e Decreto-Lei n.º 157/2001 de 11 de Maio.

Recrutamento e selecção de pessoal — Decreto-Lei n.º 204/98 de 11 de Julho, aplicado às Autarquias Locais pelo Decreto-Lei n.º 238/99 de 25 de Junho.

Regime jurídico do contrato individual de trabalho da Administração Pública, Lei n.º 23/2004 de 22 de Junho.

Código do Trabalho — Lei n.º 99/2003 de 27 de Agosto e Lei n.º 35/2004 de 29 de Julho que regulamenta o Código do Trabalho.

A entrevista profissional de selecção determina e avalia, numa relação interpessoal, de forma objectiva e sistemática as aptidões profissionais e pessoais dos candidatos.

A publicação das listas de candidatos admitidos e excluídos e da classificação final será feita nos termos dos artigos 33.º, 34.º e 40.º do Decreto-Lei n.º 204/98 de 11 de Julho.

O júri do concurso terá a seguinte constituição: Presidente (efectivo e suplente respectivamente)- Presidente da Câmara Municipal de Trancoso, Dr. Júlio José Saraiva Sarmento e Dr. António Manuel Santiago Oliveira da Silva, Vereador da Câmara Municipal de Trancoso. Vogais efectivos — Dr. Fernando Tavares Delgado, Director Departamento Administração Geral da Câmara Municipal de Trancoso e Dr. Francisco José Correia Coelho, Chefe da Divisão Administrativa da Câmara Municipal de Trancoso. Vogais suplentes — Eng.º Vítor Jorge Almeida Ribeiro Silva, Chefe da Divisão de Obras Municipais e Serviços Urbanos da Câmara Municipal de Trancoso, Dr. João António Figueiredo Rodrigues, Vereador da Câmara Municipal de Trancoso.

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

4 de Janeiro de 2008. — O Presidente da Câmara, *Júlio José Saraiva Sarmento*.

2611078765

CÂMARA MUNICIPAL DE VALONGO

Regulamento n.º 34/2008

Para os devidos efeitos faz-se público que a Assembleia Municipal de Valongo deliberou, em sessão ordinária realizada no dia 21 de Dezembro de 2007, aprovar o Regulamento de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público.

Regulamento de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público

Preâmbulo

O presente Regulamento de Publicidade e Outras Utilizações do Espaço Público tem por objectivo responder à necessidade inequívoca de estabelecer critérios minimamente uniformes para o licenciamento e fiscalização da actividade publicitária e de outras utilizações do espaço público no âmbito das competências do Município de Valongo.

Num enquadramento urbano fortemente marcado pelo protagonismo do espaço público, lugar de vivência e pertença de todos os municípios, ganha assumida importância a concretização de uma normativa que objective de forma coerente os princípios essenciais relativos às condições de ocupação e utilização do mesmo.

A valorização da imagem urbana do Concelho, claramente dependente destas condicionantes, é assim um dos propósitos deste projecto que procura, simultaneamente, legitimar alguns procedimentos e regras correntes ao nível do actual acompanhamento dos processos, bem como dar cumprimento ao disposto na lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, alterada pela lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto.

A consciência do impacto da publicidade no ambiente urbano, associado a diversos elementos para além dos tradicionalmente qualificados

como publicitários, conduziu a uma necessidade do alargamento do âmbito do presente Regulamento de forma a abranger o regime do licenciamento relativo à utilização e ocupação do espaço público.

O preceituado no presente Regulamento permite assegurar a valorização e equilíbrio urbano e ambiental designadamente através:

Da garantia da segurança dos utentes, em especial dos deficientes, moradores habitacionais e outros;

Da qualidade das propostas no que diz respeito ao «design» e materiais de construção das instalações publicitárias e outras a colocar nas fachadas e empenas de edifícios do Concelho;

Da protecção do património edificado acautelando-se o equilíbrio da dimensão dos reclamos publicitários relativamente à escala dos edifícios e o não encobrimento de elementos construtivos com valor patrimonial bem como a adaptação de propostas de iluminação indirecta que revalorizem os edifícios em ambiente nocturno;

Da salvaguarda de reclamos e outros suportes publicitários que traduzam património de interesse municipal e que correspondam a períodos históricos do Concelho de Valongo;

Do incentivo de projectos, em empenas de edifícios e outros planos construídos ou a construir, que apresentem gravuras e fotografias do Concelho de Valongo, antigas e actuais e outras soluções que beneficiem a imagem do espaço da urbe;

Da fiscalização e actuação correspondente de todos os elementos afixados ilegalmente bem como a reanálise de todos os factos existentes e cujo licenciamento se demonstre inadequado à actual regulamentação, definindo-se para o efeito o regime transitório previsto no artigo 63.º;

Da coordenação de todo o procedimento relativo ao licenciamento, definindo-se ainda como condição e requisito prévio ao mesmo, a inexistência de débitos ao Município (artigo 16.º, n.º 2, alínea *d*)).

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Aprovação

Ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa e nos termos da alínea *a*) do n.º 6 do artigo 64.º da lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações que lhe foram introduzidas pela lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, em conjugação com as alíneas *a*) e *e*), do n.º 2 do artigo 53.º da referida lei e em observância à lei n.º 2110/61, de 19 de Agosto, bem como os artigos 1.º e 11.º da lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, com a redacção dada pela lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto e em conformidade com o artigo 15.º da lei n.º 2/2007, de 15 de Janeiro, é aprovado o presente Regulamento.

Artigo 2.º

Objecto

O presente Regulamento define o regime a que fica sujeita a afixação ou inscrição das mensagens publicitárias destinadas e visíveis do espaço público e de propaganda política e eleitoral, bem como a utilização deste com suportes publicitários e ou outros meios.

Artigo 3.º

Âmbito

1 — O presente Regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade e outras utilizações do espaço público previstas no presente Regulamento, quando afixada, inscrita ou instalada em edifícios, equipamento urbano ou suportes publicitários, quando ocupe ou utilize o espaço público e deste seja visível ou audível.

2 — Exceptuam-se do previsto no número 1 os dizeres que resultam de imposição legal, a indicação de marcas, dos preços ou da qualidade, colocados nos artigos à venda no interior dos estabelecimentos e neles comercializados.

3 — Salvo disposição legal em contrário, as entidades isentas do pagamento de taxas municipais, estão sujeitas ao licenciamento previsto no presente Regulamento.

Artigo 4.º

Noções

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

a) Publicidade — qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma actividade económica, com o objectivo de promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços;

b) Publicidade exterior — todas as formas de comunicação publicitária previstas na alínea anterior quando destinadas e visíveis do espaço público;

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

d) Suporte publicitário -meio utilizado para a transmissão da mensagem publicitária, nomeadamente, painel, mupi, coluna publicitária, anúncio, reclamo, bandeira, moldura, placa, pala, faixa, bandeirola, pendão, cartaz, toldo, sanefa, vitrina, veículos e outros;

e) Propaganda política — actividade de natureza ideológica ou partidária de cariz não eleitoral que visa directamente promover os objectivos desenvolvidos pelos seus subscritores;

f) Propaganda eleitoral — toda a actividade que vise directamente promover candidaturas, seja actividade dos candidatos, dos subscritores das candidaturas ou de partidos políticos que apoiem as diversas candidaturas, bem como a publicação de textos ou imagens que expressem ou reproduzam o conteúdo dessa actividade.

Artigo 5º

Obrigatoriedade do licenciamento

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

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

Artigo 6º

Natureza das licenças

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

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

CAPÍTULO II

Princípios

Artigo 7º

Princípio geral

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

Artigo 8º

Segurança de pessoas e bens

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

a) Prejudique a segurança de pessoas e bens, nomeadamente na circulação pedonal e rodoviária;

b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, nomeadamente por reproduzir níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;

c) Prejudique a visibilidade dos automobilistas sobre a sinalização de trânsito, semáforos, as curvas, cruzamentos e entroncamentos e no acesso a edificações ou a outros espaços;

d) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir, distrair ou provocar o encandeamento dos peões ou automobilistas;

e) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos;

f) Diminua a eficácia da iluminação pública;

g) Interfira com a operacionalidade das estações fixas de medição dos parâmetros da qualidade do ar, designadamente por alteração das condições de dispersão atmosférica e consequentes perturbações das condições de amostragem e medição.

2 — Não pode ser licenciada a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que se pretenda colocar em placas topo-

nómicas e números de polícia e em sinais de trânsito, placas informativas sobre edifícios com interesse público.

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

Artigo 9º

Preservação e valorização dos espaços públicos

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

a) Prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos;

b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das actividades urbanas ou de outras utilizações do espaço público ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas actividades em condições de segurança e conforto;

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

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

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

Artigo 10º

Preservação e valorização dos sistemas de vistas

A ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público não é permitida sempre que possa originar obstruções ou intrusões visuais ou concorra para a degradação da qualidade do espaço urbano, nomeadamente:

a) Prejudique as panorâmicas usufruídas a partir dos miradouros e a qualidade visual da envolvente destes locais;

b) Prejudique a visibilidade de placas toponómicas e números de polícia;

c) Prejudique a visibilidade ou a leitura de cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitectónico ou decorativo.

Artigo 11º

Valores históricos e patrimoniais

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

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

b) Locais em que se sobreponha a cunhais, pilastras, cornijas, desenhos, pinturas, painéis de azulejos, esculturas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitectónico ou decorativo;

c) Imóveis classificados ou em vias de classificação;

d) Todas as restantes áreas protegidas patrimonialmente, assim como o seu enquadramento orgânico, natural ou construído, definidos nos termos da legislação aplicável.

2 — As interdições previstas no número anterior podem não ser aplicadas quando a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da entidade e ou da actividade por esta desenvolvida.

Artigo 12º

Preservação e valorização das áreas verdes

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

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

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

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

d) Impossibilite ou dificulte a conservação das áreas verdes.

2 — Nas Áreas Verdes de Protecção, Áreas Verdes de Recreio, Lazer e Pedagogia, designadamente Parques e Jardins Públicos, só podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, ou outros meios de utilização do espaço público, nos seguintes casos:

- a) Em equipamentos destinados à prestação de serviços colectivos;
- b) Em mobiliário municipal e em mobiliário urbano das empresas concessionárias de serviços públicos.

Artigo 13º

Estética e equilíbrio ambiental

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias e a utilização do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público não é permitida quando por si só, ou através dos suportes que utilizam, desde que afectem a estética e o ambiente dos lugares ou da paisagem, ou causem danos a terceiros.

2 — A afixação de mensagens publicitárias quando decorram de acções de reabilitação urbana de iniciativa ou aposta municipal poderão ser autorizadas nos termos a definir nos respectivos contratos ou protocolos.

Artigo 14º

Conteúdo da mensagem publicitária

Sem prejuízo do constante na legislação aplicável, a mensagem publicitária deverá respeitar as seguintes normas:

- a) A utilização de idiomas de outros países só é permitida quando a mensagem tenha por destinatários exclusivos ou principais os estrangeiros, quando se trate de firmas, nomes de estabelecimentos, marcas e insígnias devidamente registadas ou de expressões referentes ao produto publicitado;
- b) A afixação ou inscrição de publicidade do estabelecimento comercial só é autorizada quando a actividade exercida pelo mesmo se encontre devidamente licenciada.

CAPÍTULO III

Processo de licenciamento

SECÇÃO I

Informação prévia

Artigo 15º

Pedido de informação

1 — Qualquer interessado pode requerer à Câmara Municipal informação sobre os elementos que possam condicionar a emissão da licença de publicidade e outros meios de utilização do espaço público, para determinado local.

2 — O requerente deve indicar o local, o espaço que pretende ocupar e os elementos sobre os quais pretende informação.

3 — A resposta ao requerente deverá ser comunicada no prazo de 20 dias a contar da data de recepção do pedido.

4 — O conteúdo da informação prévia prestada pela Câmara Municipal é vinculativo para um eventual pedido de licenciamento, desde que este seja apresentado no prazo de 30 dias após a data da comunicação ao requerente.

SECÇÃO II

Licenciamento

Artigo 16º

Formulação do pedido

1 — O pedido de licenciamento deverá ser efectuado por meio de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara, e deverá conter os seguintes elementos:

- a) A identificação e residência ou sede do requerente;
- b) O número de identificação da pessoa colectiva e fotocópia do registo comercial;
- c) A indicação exacta do local a ocupar;
- d) O período de utilização pretendido.

2 — O requerimento deverá ser acompanhado de:

- a) Documento comprovativo de que o requerente é proprietário, possuidor, locatário ou titular de outro direito sobre o bem afecto ao

domínio privado no qual se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária;

b) Memória descritiva do meio de suporte, textura e cor dos materiais a utilizar;

c) Planta de localização à escala 1/1000 ou 1/500 com indicação do local pretendido para utilização, ou outro meio mais adequado para a sua exacta localização;

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

e) Autorização do condomínio ou proprietário, bem como projecto de publicidade para o edifício;

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

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

3 — Salvo casos devidamente fundamentados pela natureza do evento, o pedido de licenciamento deverá ser requerido com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida para o início da ocupação ou utilização.

4 — Na formulação do pedido, os municípios poderão adoptar o modelo de requerimento adequado, impresso que deverá ser fornecido pelos Serviços Municipais.

5 — Os projectos de suportes publicitários devem ser elaborados, preferencialmente, por técnicos ou outras entidades qualificadas nas áreas da arquitectura ou da comunicação.

6 — No decurso do processo de licenciamento, a Câmara Municipal colherá os pareceres legalmente exigidos.

Artigo 17º

Elementos complementares

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

- a) Autorização de outros proprietários, possuidores, locatários ou outros detentores legítimos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição pretendidas.

2 — O requerente deve juntar os elementos solicitados nos 20 dias seguintes à comunicação efectuada pelos Serviços.

Artigo 18º

Suprimento das deficiências do requerimento inicial

Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto no artigo 16º ou caso seja necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas deverá o requerente ser notificado para suprir as deficiências existentes, no prazo de 15 dias contados a partir da data da notificação.

Artigo 19º

Jurisdição de outras entidades

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

2 — Salvo disposição legal em contrário, o parecer a que se refere o número anterior não é vinculativo.

Artigo 20º

Condições de indeferimento

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

- a) Não se enquadrar no princípio geral estabelecido no artigo 7º;
- b) Não respeitar as proibições estabelecidas nos artigos 8º a 14º;
- c) Não respeitar as características gerais e regras sobre a instalação de suportes publicitários, estabelecidas no Capítulo V;
- d) Não respeitar as condições técnicas específicas estabelecidas no Capítulo VI;
- e) Não respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a actividades ruidosas, quando se tratar de licenciamento de publicidade sonora, nos termos do artigo 45º;
- f) Não cumprir o estabelecido nos artigos 16º a 18º;
- g) Existirem débitos à Autarquia por dívidas relacionadas com a publicidade e ou outras utilizações do espaço público.

Artigo 21º

Notificação da decisão

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento deverá ser notificada por escrito ao requerente no prazo de 15 dias úteis, contados a partir da data do despacho.

2 — No caso de deferimento deve incluir-se na respectiva notificação a indicação do prazo para levantamento da licença e pagamento da taxa respectiva.

3 — A licença especifica as condições a observar pelo titular, nomeadamente:

- a) O objecto do licenciamento;
- b) O local e a área permitidos para se efectuar a ocupação;
- c) A descrição dos elementos a utilizar;
- d) O prazo de duração;
- e) O prazo para comunicar a não renovação;
- f) Os deveres do titular constantes dos artigos 23º a 25º.

Artigo 22º

Emissão, renovação e cessação da licença

O regime jurídico da emissão, renovação e cessação das licenças encontra-se definido no Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Licenças Municipais, sendo aplicáveis as taxas constantes da respectiva tabela em vigor.

CAPÍTULO IV

Deveres do titular

Artigo 23º

Obrigações do titular

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

- a) Não poderá proceder à adulteração dos elementos tal como aprovados, ou a alterações da demarcação efectuada;
- b) Não poderá proceder à transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade autorizada nos termos do presente Regulamento;
- c) Não poderá proceder à cedência da utilização da licença a outrem, mesmo que temporariamente;
- d) Retirar a mensagem e o respectivo suporte até ao termo do prazo da licença;
- e) Repor a situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença.

2 — A segurança e vigilância dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio incumbem ao titular da licença.

3 — O titular da licença deve proceder com urbanidade nas relações com os utentes e providenciar no sentido de não causar danos ou incómodos a terceiros.

Artigo 24º

Conservação e manutenção

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

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

Artigo 25º

Utilização continuada

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

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

CAPÍTULO V

Suportes publicitários e outros

Artigo 26º

Noções

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

a) Painel — dispositivo constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias estáticas ou rotativas, envolvido por uma moldura e estrutura de suporte fixada directamente ao solo, com ou sem iluminação;

b) Mupi — peça de mobiliário urbano biface, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à afixação de cartazes publicitários;

c) Moldura — dispositivo constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias estáticas ou rotativas, envolvido por uma moldura, afixada nas empenas dos edifícios ou outros elementos de afixação;

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

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

f) Anúncio electrónico — sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens com possibilidade de ligação a circuitos de TV e vídeo;

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

h) Bandeirola — suporte publicitário rígido, fixo a um poste ou equipamento semelhante, que apresente como forma característica, a figura de um quadrado ou rectângulo;

i) Lona/tela — dispositivo de suporte de mensagem publicitária inscrita em tela, afixada nas empenas dos edifícios ou outros elementos de afixação;

j) Placa/tabuleta — suporte aplicado em paramento liso, usualmente utilizado para divulgar escritórios, consultórios médicos, ou outras actividades similares;

l) Pala — elemento rígido de protecção contra agentes climáticos, com predomínio da dimensão horizontal, fixo aos paramentos das fachadas e funcionando como suporte para afixação/inscrição de mensagens publicitárias;

m) Alpendre — elemento rígido de protecção contra agentes climáticos, com pelo menos uma água, aplicável a vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais;

n) Faixas/fitas -suportes de mensagem publicitária, inscrita em tela e destacada da fachada do edifício;

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

p) Cartaz — suporte de mensagem publicitária inscrita em papel;

q) Dispositivos publicitários aéreos cativos — refere-se maioritariamente aos dispositivos publicitários insufláveis, sem contacto com o solo, mas a ele espiaados;

r) Toldo — elemento de protecção contra agentes climáticos feito de lona ou material idêntico, rebatível, aplicável a vãos de portas, janelas e montras de estabelecimentos comerciais;

s) Sanefa — elemento vertical de protecção contra agentes climáticos feito de lona ou material idêntico, aplicável a arcadas ou vãos vazados de estabelecimentos comerciais;

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

u) Expositor — qualquer estrutura de exposição destinada a apoiar estabelecimentos de comércio.

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

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

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

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

c) Publicidade móvel — a que se refere a dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos terrestres, marítimos, fluviais ou aéreos, seus reboques, ou similares;

d) Publicidade afecta a mobiliário urbano -a publicidade em suporte próprio, concebida para ser instalada em peças de mobiliário urbano ou

equipamento, existentes no espaço público, geridos e ou pertencentes ao Município;

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

f) Campanhas publicitárias de rua - todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efêmero, que impliquem ações de rua e o contacto directo com o público.

Artigo 27º

Regras gerais

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

2 — Os suportes publicitários de dimensão horizontal inferior a 4,00 metros deverão possuir um único elemento de fixação ao solo.

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

4 — Nos suportes publicitários com iluminação própria, a emissão de luz terá que ser inferior a 200 candeias/m², sempre que estejam instalados junto a faixas de rodagem.

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

6 — Os suportes publicitários com saliência superior a 0,10 m, terão que observar um afastamento mínimo de 0,50 m relativamente ao lancil do passeio e uma altura mínima de 2,50 m, medida da parte mais alta deste.

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

Artigo 28º

Projectos de utilização do espaço público

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

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

CAPÍTULO VI

Publicidade e outras utilizações do espaço público

SECÇÃO I

Publicidade afecta a equipamento urbano ou autónomo

Artigo 29º

Mupis, colunas publicitárias e anúncios electrónicos

O licenciamento da ocupação ou utilização do espaço público com algum destes equipamentos, será precedido de hasta ou concurso público para atribuição de locais destinados à instalação dos mesmos.

Artigo 30º

Pendões, bandeiras e bandeirolas

1 — O licenciamento será autorizado, única e exclusivamente, para a divulgação de actividades de interesse público.

2 — A fixação deverá ser feita de modo a que os dispositivos permaneçam oscilantes e deverão, preferencialmente, ser orientados para o lado interior do passeio.

3 — Os pendões e bandeirolas não deverão ultrapassar, em regra, as dimensões máximas de 2m por 1m, 1,20m por 0,80 m, respectivamente.

Artigo 31º

Abrigos de transportes públicos

1 — O licenciamento da ocupação do espaço público com abrigos de transportes públicos e respectiva publicidade, será precedido de concurso ou hasta pública e terá por base a estimativa das necessida-

des deste tipo de mobiliário no quadro do estabelecimento da rede e terminais na Cidade.

2 — As condições de afixação de publicidade nestes equipamentos, respeitará as normas constantes deste Regulamento.

Artigo 32º

Cabinas telefónicas

1 — É permitida a afixação ou inscrição de publicidade em cabinas telefónicas, desde que não prejudique ou obstrua a visibilidade de e para o interior, devendo manter-se ao máximo a sua transparência.

2 — As condições de afixação de publicidade nas cabinas telefónicas, respeitará as normas constantes deste Regulamento.

Artigo 33º

Painéis

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

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

3 — As superfícies de afixação da publicidade não podem ser divididas.

Artigo 34º

Estrutura e dimensões a observar

1 — A estrutura de suporte dos painéis deve ser metálica e na cor que melhor se integre na envolvente, não podendo em caso algum permanecer no local sem mensagem.

2 — Na estrutura deve ser afixada, de modo bem visível, uma chapa com a numeração correspondente ao número da licença inicial, o ano e a identificação da firma proprietária.

3 — Os painéis devem ter as seguintes dimensões:

a) 2,40 m de largura por 1,75 m de altura;

b) 4 m de largura por 3 m de altura;

c) 8 m de largura por 3 m de altura.

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

SECÇÃO II

Publicidade instalada em edifícios

Artigo 35º

Anúncios

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

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

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

Artigo 36º

Dimensões e distâncias a observar

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

2 — Quando emitam luz própria, a espessura dos anúncios não deve exceder 0,20 m; quando não emitam luz própria, a sua espessura não deve exceder 0,05 m.

3 — A distância entre o bordo exterior do elemento e o limite do passeio não poderá ser inferior a 0,50 m, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano o justifiquem.

4 — O limite inferior dos anúncios de dupla face ou dos anúncios que possuam saliência superior a 0,10 m, não poderá distar menos de 2,50 m do solo.

Artigo 37º

Placas/tabuletas

1 — Em cada edifício, as placas ou tabuletas devem apresentar um tamanho, cor, materiais e alinhamentos adequados à estética do edifício.

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

3 — As placas de proibição de afixação de publicidade são colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos prédios, mas nunca próximas das que designam os arruamentos, não podendo as dimensões exceder 0,35 m por 0,40 m.

Artigo 38º

Palas e alpendres

As palas e alpendres quando integradas na edificação estão também sujeitas ao regime de licenciamento previsto no Regulamento Municipal de Edificação e Urbanização do Município de Valongo.

Artigo 39º

Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços

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

a) Não obstrua o campo visual envolvente, tanto no que se refere a elementos naturais, como construídos;

b) As estruturas de suporte dos dispositivos publicitários a instalar, não assumam uma presença visual destacada e esteja assegurada a sua sinalização para efeitos de segurança.

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

- a) Não deve exceder 1/4 da altura maior da fachada do edifício;
b) Não deve, em qualquer caso, ter uma altura superior a 5 metros;
c) A sua cota máxima não deve ultrapassar, em altura, a largura do respectivo arruamento.

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

Artigo 40º

Publicidade instalada em fachadas

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

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

Artigo 41º

Publicidade instalada em empenas

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

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

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

Artigo 42º

Publicidade instalada em edifícios com obras em curso

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

- a) Só podem ser colocados depois do licenciamento da obra de construção;
b) Têm que ficar avançadas em relação ao andaime ou tapumes de protecção;
c) Salvo casos devidamente fundamentados, só poderão permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, se os trabalhos forem interrompidos por período superior a 30 dias, deverão ser removidas.

2 — À publicidade a instalar nos andaimes ou tapumes de protecção aplicam-se as regras estabelecidas nos artigos 47º e 48º do presente Regulamento.

SECÇÃO III

Publicidade sonora

Artigo 43º

Publicidade sonora

1 — O exercício da actividade publicitária sonora, sem prejuízo do disposto no Regulamento Geral do Ruído, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 292/2000, de 14 de Novembro com a redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 259/2002, de 23 de Novembro, está condicionado ao cumprimento das seguintes restrições:

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

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

c) A realização de espectáculos de diversão, feiras, mercados ou manifestações desportivas, incluindo os que envolvam a circulação de veículos com motor, na proximidade de edifícios de habitação, escolas, hospitais ou similares é interdita em qualquer dia ou hora, salvo se autorizada por meio de licença especial de ruído;

d) As licenças previstas neste artigo só podem ser autorizadas por um período não superior a 5 dias úteis, não prorrogável, por trimestre e por entidade.

SECÇÃO IV

Outros meios de publicidade

SUBSECÇÃO I

Cartazes

Artigo 44º

Locais de afixação

Poderão ser afixados cartazes em vedações, tapumes, muros ou paredes desde que respeitem as regras definidas no presente Regulamento.

Artigo 45º

Remoção

1 — A publicidade licenciada afixada nos locais a que se refere o artigo anterior deverá ser removida pelos seus promotores ou beneficiários, no prazo de 5 dias, após a verificação do evento, devendo os mesmos proceder à limpeza do espaço ou área ocupados por aquela.

2 — Decorrido o prazo previsto no número anterior o Município notifica os infractores para procederem à remoção, fixando um prazo não inferior a 48 horas.

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

Artigo 46º

Caução

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

2 — A prestação da garantia prevista do número anterior deve fazer-se simultaneamente com o pagamento da licença, ou com a sua emissão.

3 — Os Serviços promoverão a restituição da garantia prestada, num prazo máximo de 30 dias, após verificação da remoção ou eliminação da publicidade e limpeza do espaço ou área por esta ocupado

SUBSECÇÃO II

Campanhas publicitárias de rua

Artigo 47º

Condições gerais

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

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

3 — A distribuição não poderá ser efectuada por arremesso.

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

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

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

SUBSECÇÃO III

Outras utilizações do espaço público

Artigo 48º

Toldos e sanefas

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

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

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

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

a) Em passeios de largura igual ou superior a 2,00 m, a ocupação deverá deixar livre um espaço não inferior a 0,80 m em relação ao limite exterior do passeio;

b) Em passeios de largura inferior a 2 m a ocupação deverá deixar livre um espaço não inferior a 0,50 m em relação ao limite exterior do passeio, podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão da instalação de equipamento urbano o justifiquem;

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

d) A colocação dos toldos nas fachadas tem de respeitar a altura mínima de 2 m, medidos desde o pavimento do passeio à margem inferior da ferragem ou sanefa, a qual não deve exceder 0,20 m.

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

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

Artigo 49º

Vitrinas

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

2 — Excepcionalmente poderão ser autorizadas vitrinas junto à porta de entrada de estabelecimentos comerciais que não possuam montras.

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

a) As dimensões máximas permitidas para as vitrinas são, 0,30 m por 0,40 m;

b) Deverão ficar a uma altura mínima do solo não inferior a 1,40 m, e máxima não superior a 1,80 m;

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

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

a) Deverão ficar a uma altura mínima do solo não inferior a 0,40 m, e não ultrapassar o limite superior dos vãos contíguos;

b) A respectiva saliência não poderá exceder 0,10 m a partir do plano marginal do edifício.

Artigo 50º

Expositores de artigos comerciais

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

2 — Poderá porém, ser autorizada, a título excepcional, a exposição de objectos e artigos tradicionais ou outros, desde que não seja prejudicada a circulação de peões bem como o ambiente e a estética dos respectivos locais.

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

CAPÍTULO VII

Afixação de propaganda política e eleitoral

Artigo 51º

Princípios gerais

A presente secção visa definir os critérios de localização e afixação de propaganda política e eleitoral, relativamente à envolvente urbana, numa perspectiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas normas em vigor sobre a protecção do património arquitectónico, do meio urbanístico, ambiental e paisagístico, o que implica a observância dos critérios constantes nos artigos seguintes.

Artigo 52º

Locais de afixação

1 — A Câmara Municipal disponibilizará locais devidamente identificados para afixação de propaganda política e eleitoral, através de edital a publicar, sendo ainda permitida a afixação nos locais legalmente previstos.

2 — Não é permitida a afixação de propaganda eleitoral nas áreas constantes do mapa anexo e com os fundamentos dele constantes, o qual faz parte integrante do presente Regulamento.

3 — No exercício das actividades de propaganda devem ser prosseguidos os seguintes objectivos:

a) Não provocar obstrução de perspectivas panorâmicas ou afectar a estética ou o ambiente dos lugares ou da paisagem;

b) Não prejudicar a beleza ou o enquadramento de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros susceptíveis de ser classificados pelas entidades públicas;

c) Não causar prejuízos a terceiros;

d) Não afectar a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária;

e) Não prejudicar a circulação dos peões, designadamente dos deficientes.

4 — É proibida a utilização, em qualquer caso, de materiais não biodegradáveis na afixação e inscrição de mensagens de publicidade e propaganda.

5 — É proibida, em qualquer caso, a realização de inscrições ou pinturas murais em monumentos nacionais, edifícios religiosos, sedes de órgão de soberania, de regiões autónomas ou de autarquias locais, tal como em sinais de trânsito, placas de sinalização rodoviárias, interior de quaisquer repartições ou edifícios públicos ou franqueados ao público, incluindo estabelecimentos comerciais e centros históricos como tal declarados ao abrigo da competente regulamentação urbanística.

6 — A afixação ou inscrição de mensagens de propaganda nos lugares ou espaços de propriedade particular depende do consentimento do respectivo proprietário ou possuidor e deve respeitar as normas em vigor sobre protecção do património arquitectónico e do meio urbanístico, ambiental e paisagístico.

7 — A violação do disposto nos números anteriores, constitui contra-ordenação punível com coima.

Artigo 53º

Utilização equitativa dos locais

1 — Os locais disponibilizados pela Câmara Municipal, nos termos do n.º 1 do artigo anterior, podem ser livremente utilizados para o fim a que se destinam.

2 — Para efeito do disposto no número anterior, devem ser observadas pelos utentes, de modo a poder garantir-se uma equitativa utilização dos locais, as seguintes regras:

a) O período de duração da afixação das mensagens não pode ultrapassar 30 dias, devendo as mesmas ser removidas no termo desse prazo;

b) Não podem ser ocupados, simultaneamente, mais de 50 % dos locais ou espaços com propaganda proveniente da mesma entidade.

3 — Os utentes deverão comunicar à Câmara Municipal a data de afixação e a identificação dos números dos painéis a utilizar.

Artigo 5º

Remoção da propaganda

1 — A remoção da propaganda afixada é da responsabilidade das entidades que a tiverem instalado e deve ser efectuada nos prazos fixados na legislação aplicável.

2 — Caso não seja fixado prazo, compete à Câmara Municipal, ouvidos os interessados, definir os prazos e condições de remoção, no que respeita à propaganda afixada nos termos deste Regulamento.

3 — A Câmara Municipal pode ordenar a remoção de propaganda afixada ilegalmente e de embargar ou demolir obras que violem o disposto neste Regulamento, depois de notificados os infractores.

4 — Quando a utilização abusiva dos espaços públicos ponha em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma actuação urgente, a Câmara Municipal procederá à remoção imediata.

5 — A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos que a remoção, embargo ou demolição referidos nos números anteriores, possam causar aos titulares dos respectivos meios ou suportes.

6 — Nos casos referidos nos números anteriores, os infractores são responsáveis por todas as despesas efectuadas, não havendo lugar a qualquer indemnização.

7 — A afixação ilegal de propaganda e a utilização abusiva dos espaços públicos, previstas nos n.ºs 3 e 4 deste artigo, constitui contra-ordenação punível com coima.

CAPÍTULO VIII

Penalidades

Artigo 55º

Contra-ordenações

1 — Constitui contra-ordenação punível com coima e, eventualmente, com sanções acessórias:

- A falta de licenciamento, conforme previsto no artigo 5º;
- A ocupação ou utilização do espaço público sem alvará de licença em violação do disposto nos Capítulos V e VI;
- O incumprimento das obrigações previstas no n.º 1 do artigo 23º;
- A não remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público no prazo fixado;
- A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos, conforme disposto no artigo 24º;
- A violação do disposto no artigo 25º.

2 — Ao montante das coimas, às sanções acessórias e às regras processuais, aplica-se o disposto no Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, com as respectivas alterações.

3 — Nos termos da Lei, compete ao Presidente da Câmara Municipal ou ao órgão com competência delegada, ao Tribunal ou a entidades administrativas, a aplicação das coimas e sanções acessórias.

CAPÍTULO IX

Disposições finais

Artigo 56º

Casos omissos

Fora dos casos previstos no presente Regulamento aplica-se subsidiariamente a legislação vigente sobre a matéria bem como regulamentação estabelecida nomeadamente no Regulamento de Liquidação e Cobrança de Taxas e Outras Receitas Municipais e no Regulamento Municipal de Edificação e Urbanização do Município de Valongo.

Artigo 57º

Planos de pormenor

Poderão ainda ser elaboradas, no âmbito de planos parciais ou de pormenor, disposições específicas sobre suportes de publicidade, complementares do presente Regulamento.

Artigo 58º

Entrada em vigor

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

Artigo 59º

Regime transitório

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

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

Artigo 60º

Norma revogatória

São revogadas todas as disposições em vigor contrárias a este Regulamento.

3 de Janeiro de 2008. — O Vice-Presidente da Câmara, *João António de Castro e Paiva Queirós*.

ANEXO

(a que se refere o n.º 2 do artigo. 52.º)

Proposta de interdição de afixação de Propaganda Eleitoral

Os fundamentos que presidiram à presente proposta de interdição de afixação de propaganda eleitoral, prendem-se com a preocupação e defesa dos espaços públicos, que pelo seu carácter urbano e de referência, carecem de ser preservados de elementos publicitários, que pelas suas características de materiais, imagem e durabilidade, não garantem um desejável enquadramento urbanístico nesses mesmos espaços.

Com efeito, parece-nos que os espaços públicos denotam em geral alguma saturação de elementos publicitários, os quais são colocados arbitrariamente nos espaços.

Assim, daqui ressalta a necessidade de interditar a afixação de propaganda eleitoral em espaços de referência nas freguesias que constituem o concelho de Valongo, como sejam os espaços que formam as Rotundas e perímetros circundantes, cruzamentos de ruas ou espaços de lazer, os quais devem espelhar alguma simbologia e dignidade urbanística.

Com esta medida, pretende-se, ainda e acima de tudo, contribuir preventivamente para a diminuição da sinistralidade nas rotundas e cruzamentos, já que a publicidade e propaganda contribuem, significativamente, para reduzir ou mesmo desviar a atenção dos condutores.

Face ao exposto, foram demarcados em plantas anexas, os locais a interditar por freguesia.

Locais em Valongo:

Rotunda “Alto da Serra”
 Rotunda dos “Lagueirões”
 Rotunda saída da A4 e prolongamento até Parque Radical
 Rotunda 1º de Maio
 Rotunda junto à Câmara Municipal
 Rotunda Av. Emídio Navarro
 Praça Machado dos Santos
 Parque Urbano de Valongo, na Rua da Ilha

Locais em Ermesinde:

Rotunda “Santa Rita”
 Rotunda “Vila Beatriz”
 Rotunda formada pela Rua Professor Joaquim Teixeira e Rua José Joaquim Ribeiro Teles
 Parque Urbano de Ermesinde
 Perímetro envolvente à Igreja Paroquial
 Cruzamento da Av. 5 de Outubro e Rua José Joaquim Ribeiro Teles

Locais em Alfena:

Rotunda da A41
 Rotunda de Rua de S. Vicente e Rua 1º de Maio
 Perímetro envolvente à Igreja Paroquial

Locais em Campo:

Cruzamento do “Padre Américo”
 Perímetro envolvente à Igreja Paroquial
 Rotunda Central de Campo

Locais em Sobrado:

Rotunda e Largo do Passal