

REGULAMENTO DE OCUPAÇÃO DE ESPAÇO PÚBLICO E PUBLICIDADE DO MUNICÍPIO DA MOITA

Preâmbulo

O Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, produziu significativas alterações ao quadro normativo aplicável no que concerne aos procedimentos de controlo prévio e à regulação das condições em que é feita a afixação de mensagens publicitárias e a ocupação do espaço público, que detendo objetivos de simplificação e desburocratização, eliminam em algumas situações, a necessidade de licenciamento ou procedimento autorizativo.

Atendendo a estas alterações legislativas, assume extrema relevância a elaboração e concretização de um repositório de normas que venha objetivar de forma coerente os princípios essenciais relativos às condições de ocupação e utilização do espaço público e de afixação de mensagens publicitárias, motivo este que presidiu à elaboração do Regulamento de Ocupação de Espaço Público e Publicidade do Município da Moita.

O presente Regulamento possui assim como intuito responder à necessidade inequívoca de estabelecer critérios tendencialmente uniformes no âmbito do licenciamento e fiscalização da ocupação do espaço público e da atividade publicitária no domínio das competências do município da Moita.

Num enquadramento urbano crescentemente marcado pela relevância do espaço público, lugar de vivência e pertença do município e de todos os cidadãos, ganha crescente relevância a definição e concretização de uma disciplina regulamentar que estruture de forma coerente os princípios essenciais relativos às condições de ocupação e utilização do espaço público bem como da regulamentação da publicidade neste espaço.

A valorização da imagem urbana da cidade e a qualidade no domínio do ambiente urbano, no que concerne à ocupação do espaço público e afixação de mensagens publicitárias, dependem, entre outras condicionantes, de uma disciplina regulamentar clara, uniforme e sustentada, apta a regular de forma idónea a utilização do domínio público municipal para tais finalidades e que constitui assim um dos propósitos deste Regulamento que procura, simultaneamente, elencar e definir procedimentos, assim como dar cumprimento ao disposto no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e na Lei n.º 97/88, de 17 de agosto.

O preceituado no presente Regulamento permite assegurar a adequada gestão do espaço público, bem como a sua valorização e equilíbrio urbano e ambiental designadamente através da garantia da segurança dos utentes, da qualidade das propostas no que tange ao “*design*” e materiais de construção das instalações publicitárias, e da proteção do património edificado acautelando-se o equilíbrio da dimensão da afixação de mensagens publicitárias relativamente à escala dos edifícios e o não encobrimento de elementos construtivos com valor patrimonial.

No Regulamento podemos destacar pela sua relevância, as seguintes modificações:

- É simplificado o regime da ocupação do espaço público, substituindo-se o licenciamento por uma mera comunicação prévia ou por comunicação prévia com prazo para determinados fins habitualmente conexos com estabelecimentos de restauração ou de bebidas, de comércio de bens, de prestação de serviços ou de armazenagem.

- É simplificado o regime de afixação e da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, designadamente mediante a eliminação do licenciamento da afixação e da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em determinadas situações.

Sublinha-se, que mesmo nas situações em que se elimina o licenciamento, nomeadamente quando as mensagens forem visíveis do espaço público, as mesmas estão sujeitas ao cumprimento de preceitos legais e regulamentares, designadamente, os de proteção do património cultural imóvel, da conservação da natureza e biodiversidade, entre outros, bem como aos critérios definidos por outras entidades com jurisdição no espaço público, incorporadas nos termos da lei, no presente Regulamento.

Face aos interesses envolvidos, o Projeto de Regulamento foi submetido, pelo prazo de 30 dias, a apreciação pública, para recolha de sugestões, discussão e análise, de acordo com o disposto no artigo 118.º do Código de Procedimento Administrativo, (CPA), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de novembro, retificado pelas Declarações de Retificação n.ºs 265/91, de 31 de dezembro e 22-A/92, de 29 de fevereiro, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 6/96, de 31 de janeiro e alterado pelo Decreto-Lei n.º 18/2008 de 29 de janeiro e pela Lei n.º 30/2008, de 10 de julho e Acórdãos do Tribunal Constitucional n.º 118/97, de 19 de fevereiro e 636/2013 de 21 de outubro, através do Aviso n.º 15358/2013 publicado na II Série do *Diário da República* n.º 245, de 18 de dezembro de 2013, de Edital afixado nos locais públicos do costume, em jornal regional e na página da Câmara Municipal na Internet em www.cm-moita.pt, e concomitantemente a audiência dos interessados, conforme se dispõe no artigo 117.º do mesmo diploma legal.

Foram ouvidas as seguintes entidades representativas dos interesses afetados: Associação do Comércio e Serviços do Distrito de Setúbal; Junta de Freguesia de Alhos Vedros, Junta da União das Freguesias de Baixa da Banheira e Vale da Amoreira, Junta da União de Freguesias do Gaio-Rosário e Sarilhos Pequenos, Junta de Freguesia da Moita; APEPE – Associação Portuguesa de Empresas de Publicidade Exterior; Direção Geral do Património Cultural; Estradas de Portugal, S. A.; Instituto da Mobilidade e dos Transportes, I. P.; Turismo de Portugal, I. P.; Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas; Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária; AHRESP – Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal, Agência Portuguesa do Ambiente, Associação de Comércio, Indústria e Serviços do Barreiro e Moita, Guarda Nacional Republicana, Polícia de Segurança Pública e REFER – Rede Ferroviária Nacional.

Participaram na consulta pública, mediante a apresentação de contributos as entidades externas Turismo de Portugal, I. P., Polícia de Segurança Pública e Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, tendo estas emitido parecer favorável ao Regulamento e a Direção Geral do Património Cultural que emitiu parecer favorável condicionado.

Assim, tendo por normas habilitantes as disposições conjugadas dos artigos 112.º, n.º 7 e 241.º da Constituição da República Portuguesa, dos artigos 114.º a 119.º do CPA, e ao abrigo do disposto nos artigos 33.º, n.º 1, alínea k) e 25.º, n.º 1, alínea g) da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, foi aprovado em 28 de fevereiro de 2014, por deliberação da Assembleia Municipal da Moita, sob proposta da Câmara Municipal da Moita aprovada em reunião de 12 de fevereiro de 2014 o Regulamento de Ocupação de Espaço Público e Publicidade do Município da Moita.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Lei Habilitante

Ao abrigo do disposto no n.º 7 do artigo 112.º e no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, nas alíneas b) e g) do n.º 1 do artigo 25.º e alínea k) do n.º 1 do artigo 33.º e da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, e, bem assim, na Lei n.º 2110/61, de 19 de agosto alterada pelos Decretos-Leis n.º 605/72 de 30 de dezembro e n.º 360/77 de 01 de setembro, no Decreto-Lei n.º 105/98 de 24 de abril, retificado pela Declaração de Retificação n.º 11-A/98 de 30 de junho e alterado pelo Decreto-Lei n.º 166/99, de 13 de maio, na Lei n.º 73/2013, de 03 de setembro, na Lei n.º 53-E/2006, de 29 de dezembro, alterada pela Lei n.º 64-A/2008 de 31 de dezembro e pela Lei n.º 117/2009, de 29 de dezembro, no Decreto-Lei n.º 280/2007, de 7 de agosto, alterado pelas Leis n.º 55-A/2010, de 31 de dezembro, n.º 64-B/2011, de 30 de dezembro e n.º 66-B/2012, de 31 de dezembro e pelo Decreto-Lei n.º 36/2013, de 11 de março, no Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90 de 23 de outubro, na sua redação atual, na 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 01 de abril, no Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto, no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 141/2012, de 11 de julho, na Portaria n.º 131/2011, de 4 de abril, alterada pela Portaria n.º 284/2012, de 20 de setembro e na Portaria n.º 239/2011, de 21 de junho é aprovado o Regulamento de Ocupação do Espaço Público e Publicidade do Município da Moita.

Artigo 2.º

Objeto

O presente regulamento estabelece os regimes a que fica sujeita a ocupação do espaço público e a afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias de natureza comercial no município da Moita.

Artigo 3.º

Âmbito

1 - O presente regulamento aplica-se a toda a ocupação de espaço público na área do Município da Moita, qualquer que seja o meio de instalação utilizado, no solo, subsolo ou no espaço aéreo, disciplinando as condições de ocupação e utilização privativa de espaços públicos ou afetos ao domínio público municipal.

2 - O presente regulamento aplica-se ainda a qualquer forma de publicidade de natureza comercial quando afixada, inscrita ou instalada em edifícios, equipamento urbano ou suportes publicitários desde que seja visível ou audível do espaço público sob jurisdição municipal.

3 - O disposto no presente regulamento aplica-se ainda a qualquer forma de publicidade difundida, inscrita ou instalada em veículos e/ou reboques, meios aéreos, ou dispositivos publicitários cativos, cujos proprietários ou possuidores tenham residência, sede, delegação ou qualquer outra forma de representação na área do município ou os utilizem com fins exclusivamente publicitários.

4 - Excluem-se do âmbito de aplicação do presente regulamento:

- a) A ocupação e utilização do domínio público municipal por motivo de obras e trabalhos no subsolo;
- b) A afixação de mensagens sem fins comerciais;
- c) Afixação de propaganda política, sindical e religiosa;
- d) As mensagens e dizeres divulgados através de editais, notificações e demais formas de informação que se relacionem direta ou indiretamente com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- e) A difusão de comunicados, notas oficiosas ou outros esclarecimentos sobre a atividade de órgãos de soberania e da administração central, regional ou local.

Artigo 4.º

Definições

Para efeitos do presente regulamento, entende-se por:

- a) «Abrigo», todo o equipamento fixo ao solo, coberto, com resguardo posterior, e pelo menos num dos topos laterais, destinado à proteção contra agentes climatéricos;

- b) «Atividade publicitária», o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários;
- c) «Anunciante», a pessoa singular ou coletiva no interesse de quem se realiza a publicidade;
- d) «Anúncio eletrónico», o sistema computadorizado de emissão de mensagens e imagens, com possibilidade de ligação a circuitos de televisão (TV) e vídeo e similares;
- e) «Anúncio iluminado», o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;
- f) «Anúncio luminoso», o suporte publicitário que emita luz própria;
- g) «Área contígua à fachada do estabelecimento», área imediatamente após a fachada do estabelecimento;
- h) «Banca de venda», toda a estrutura amovível, que não possa ser englobada na noção de quiosque, a partir da qual é prestado um serviço ou são expostos artigos para comércio, manufaturados ou não pelo vendedor;
- i) «Bandeira», o suporte publicitário flexível, que permanece oscilante, afixada num poste próprio ou estrutura idêntica, com dois pontos de fixação;
- j) «Bandeirola», o suporte rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;
- k) «Campanha publicitária de rua», todos os meios ou formas de publicidade, de carácter ocasional e efémero, que impliquem ações de rua e o contacto direto com o público, nomeadamente as que ocorrem através de distribuição de panfletos ou de outras ações promocionais de natureza publicitária;
- l) «Cartaz», quaisquer meios publicitários temporários, constituídos por papel ou tela colados ou, por outro meio, afixados diretamente em local confinante com a via pública;
- m) «Chapa», o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não exceda 0,60 m e a máxima saliência não exceda 0,05 m;
- n) «Corredor pedonal», percurso linear para peões, suscetível de ser utilizado continuamente, livre de obstáculos ou de qualquer elemento urbano, preferencialmente salvaguardado na parcela interior dos passeios, de secção constante, com a largura mínima prevista no Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto, ou caso este diploma seja revogado, pela legislação em vigor na data do pedido de licenciamento;
- o) «Corrimão ou baia publicitária», pequeno suporte publicitário a colocar no limite dos passeios contíguos às faixas de rodagem;
- p) «Destinatário», a pessoa singular ou coletiva a quem a mensagem publicitária se dirige, ou que por ela seja, de qualquer forma, imediata ou mediadamente atingida;
- q) «Espaço público», toda a área não edificada, de acesso livre e de uso coletivo afeta ao domínio público do Município da Moita, nomeadamente, passeios, avenidas, alamedas, ruas, praças, caminhos, pontes, viadutos, parques, jardins, lagos e fontes;

- r) «Esplanada aberta», a instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de proteção fixa ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares ou empreendimentos turísticos;
- s) «Esplanada fechada» a instalação no espaço público de mesas, cadeiras e outro mobiliário urbano efetuada em espaço protegido ainda que quaisquer dos elementos da estrutura sejam retrácteis ou móveis;
- t) «Expositor», a estrutura própria para apresentação de produtos comercializados no interior do estabelecimento comercial, instalada no espaço público;
- u) «Floreira», o vaso ou recetáculo para plantas destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;
- v) «Guarda-vento», a armação que protege do vento o espaço ocupado por uma esplanada;
- w) «Letras soltas ou símbolos», a mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;
- x) «Mupi», peça de mobiliário urbano biface, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à fixação de cartazes publicitários, com dimensões-padrão de 1,75 m por 1,20 m;
- y) «Mobiliário urbano», as coisas instaladas, projetadas ou apoiadas no espaço público, destinadas a uso público, que prestam um serviço coletivo ou que complementam uma atividade, ainda que de modo sazonal ou precário;
- z) «Ocupação do espaço público», qualquer implantação, utilização, difusão, instalação, afixação ou inscrição, promovida por equipamento urbano, mobiliário urbano ou suportes publicitários, no solo, subsolo e espaço aéreo;
- aa) «Ocupação casuística», aquela que se pretenda efetuar ocasionalmente, no espaço público ou em áreas expectantes e destinada ao exercício de atividades promocionais de natureza didática e ou cultural, campanhas de sensibilização ou qualquer outro evento, recorrendo à utilização de estruturas de exposição, de natureza diversa, tais como, tendas, pavilhões, estrados e outros;
- bb) «Ocupação periódica», aquela que se efetua no espaço público, em épocas do ano determinadas, nomeadamente durante os períodos festivos, com atividades de carácter diverso;
- cc) «Painel ou *outdoor*», elemento constituído por uma superfície para afixação de mensagens publicitárias, envolvido ou não por uma moldura e por uma estrutura de suporte, podendo ser estático ou rotativo;
- dd) «Pala/Alpendre», os elementos rígidos, com predomínio da dimensão horizontal, fixos aos parâmetros das fachadas e com função decorativa e de proteção contra agentes climáticos;
- ee) «Pendão», o suporte não rígido que permaneça oscilante, afixado em poste ou estrutura idêntica;

- ff) «Placa», o suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;
- gg) «Profissional ou agência de publicidade», pessoa singular que exerce a atividade publicitária, ou pessoa coletiva cuja atividade tenha por objetivo exclusivo o exercício da atividade publicitária;
- hh) «Publicidade», qualquer forma de comunicação feita 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, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ou promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições que não tenham natureza política;
- ii) «Publicidade aérea», a que se refere aos dispositivos publicitários instalados, inscritos ou afixados em veículos ou dispositivos aéreos, nomeadamente em transportes aéreos (aviões, helicópteros, zepelins, balões, parapentes, para-quedas e outro), bem como dispositivos publicitários aéreos cativos (insufláveis, sem contacto com o solo, mas a ele espiados);
- jj) «Publicidade em veículos», todos os veículos, transportes públicos e outros com publicidade inscrita no seu exterior;
- kk) «Publicidade exterior», todas as formas de comunicação publicitária visíveis ou perceptíveis do espaço público;
- ll) «Publicidade sonora», a atividade publicitária que utiliza o som como elemento de divulgação da mensagem publicitária;
- mm) «Quiosque», o elemento de mobiliário urbano de construção aligeirada, composto de um modo geral, pelos seguintes elementos: base, balcão, corpo e proteção;
- nn) «Sanefa», o elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
- oo) «Suporte publicitário», o meio, instrumento ou objeto utilizado para a transmissão de uma mensagem publicitária;
- pp) «Tabuleta», o suporte não luminoso, afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios, que permite a afixação de mensagens publicitárias em ambas as faces;
- qq) «Toldo», o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;
- rr) «Vitrina», o mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos ou se afixam informações.

Artigo 5.º

Sistema informático

- 1 - A tramitação das comunicações referidas nos artigos 30.º, 32.º e 35.º é realizada informaticamente, com recurso ao «Balcão do empreendedor».
- 2 - É possível aceder ao «Balcão do empreendedor» diretamente ou de forma mediada.
- 3 - O acesso direto é efetuado através do Portal da Empresa, em www.portaldaempresa.pt.
- 4 - O acesso mediado é efetuado por pessoa acreditada no sistema informático, que procede à identificação dos interessados e à submissão no «Balcão do empreendedor» da informação solicitada.
- 5 - O acesso mediado pode ser efetuado junto da Câmara Municipal de Moita, sem prejuízo de ser disponibilizado em outros balcões públicos ou privados a definir por protocolo com a Agência para a Modernização Administrativa, I.P. (AMA, I.P.).

Artigo 6.º

Autenticação no acesso direto

- 1 - A autenticação eletrónica das pessoas singulares no «Balcão do empreendedor» faz-se mediante a utilização do certificado digital associado ao cartão de cidadão.
- 2 - A autenticação eletrónica dos membros dos órgãos sociais de uma sociedade no «Balcão do empreendedor» faz-se mediante a utilização do certificado digital associado ao cartão de cidadão e a indicação do código de acesso à certidão permanente do registo comercial.
- 3 - A autenticação eletrónica de advogados, solicitadores e notários faz-se, nomeadamente, mediante certificado digital que comprove a qualidade profissional do utilizador.
- 4 - Para efeitos do disposto no número anterior, apenas são admitidos os certificados digitais de advogados, solicitadores e notários cuja utilização para fins profissionais seja confirmada através de listas eletrónicas de certificados, disponibilizadas, respetivamente, pela Ordem dos Advogados, pela Câmara dos Solicitadores e pela Ordem dos Notários.
- 5 - A prova da qualidade de representante voluntário faz-se mediante a indicação do código de acesso à procuração *online*.

Artigo 7.º

Natureza da ocupação

- 1 - Todas as licenças concedidas no âmbito do presente regulamento são consideradas precárias, podendo a câmara municipal fazer cessar as mesmas, sempre que se verifiquem razões de interesse público, não tendo o seu titular direito a qualquer indemnização.

2 - O disposto no número anterior aplica-se com as devidas adaptações às meras comunicações prévias e comunicações prévias com prazo efetuadas nos termos do presente Regulamento.

Artigo 8.º

Competência

1 - A concessão de licenças nos termos do presente regulamento é da competência da câmara municipal, com faculdade de delegação no presidente e de subdelegação deste nos vereadores.

2 - A decisão sobre a comunicação prévia com prazo prevista no artigo 32.º é da competência do presidente da câmara municipal, podendo ser delegada nos vereadores, com faculdade de subdelegação, ou nos dirigentes dos serviços municipais.

Artigo 9.º

Obras

1 - Os regimes constantes do capítulo IV não dispensam os procedimentos previstos no regime jurídico da urbanização e da edificação, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de dezembro, na sua redação atual, sempre que se realizem intervenções abrangidas por aquele regime.

2 - Quando a ocupação do espaço público aprovada implique obras em quaisquer espaços públicos, é da responsabilidade do titular da licença a reposição dos mesmos no seu estado anterior.

CAPÍTULO II

Princípios e proibições gerais

Artigo 10.º

Princípios gerais de ocupação do espaço público

A ocupação do espaço público não pode prejudicar:

- a) A saúde e o bem-estar de pessoas, designadamente por ultrapassar níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;
- b) O acesso a edifícios, jardins e praças;

- c) A circulação rodoviária e pedonal, designadamente de pessoas com mobilidade reduzida;
- d) A qualidade das áreas verdes, designadamente por contribuir para a sua degradação ou por dificultar a sua conservação;
- e) A eficácia da iluminação pública;
- f) A eficácia da sinalização de trânsito;
- g) A utilização de outro mobiliário urbano;
- h) A ação dos concessionários que operam à superfície ou no subsolo;
- i) O acesso ou a visibilidade de imóveis classificados ou em vias de classificação ou onde funcionem hospitais, estabelecimentos de saúde, de ensino ou outros serviços públicos, locais de culto, cemitérios, elementos de estatuária e arte pública, fontes, fontanários e chafarizes;
- j) Os direitos de terceiros;
- k) Prejudique ou contribua para a degradação da qualidade dos espaços públicos;
- l) Prejudique a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia.

Artigo 11.º

Princípios gerais de inscrição e afixação de publicidade

1 - Salvo se a mensagem publicitária se circunscrever à identificação da atividade exercida no imóvel ou daquele que a exerce, não é permitida afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, designadamente:

- a) Os imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público, nacional ou municipal;
- b) Os imóveis contemplados com prémios de arquitetura.

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 obstruam a perspetiva panorâmica ou prejudiquem o ambiente, afetem a estética ou a salubridade dos lugares ou da paisagem, ou causem danos a terceiros, nomeadamente quando se trate de:

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

3 - A publicidade sonora deve respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas.

4 - A afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias não pode prejudicar a segurança de pessoas e bens, designadamente:

- a) Afetar a iluminação pública;
 - b) Prejudicar a visibilidade de placas toponímicas, semáforos e sinais de trânsito;
 - c) Afetar a circulação de peões, especialmente dos cidadãos com mobilidade reduzida.
- 5 - Não é permitida, em qualquer caso, a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias:
- a) Nos suportes ou equipamentos de iluminação pública;
 - b) Nas placas toponímicas;
 - c) Em sinais de trânsito, placas de sinalização rodoviária e semafórica;
 - d) Em rotundas, ilhas para peões e separadores de trânsito automóvel;
 - e) Em abrigos para utentes de transportes públicos, salvo nos casos em que exista contrato de concessão de exploração ou deliberação camarária;
- 6 – Não é permitida a realização de inscrições ou pinturas murais:
- a) Em estátuas e monumentos;
 - b) Em edifícios religiosos;
 - c) Em sedes de órgão de soberania ou de autarquias locais;
 - d) No interior de quaisquer repartições ou edifícios públicos e centros históricos como tal declarados ao abrigo da competente regulamentação urbanística;
 - e) Nos edifícios escolares;
 - f) Nos cemitérios;
 - g) Nos parques e jardins;
 - h) Nas árvores;
 - i) Em sinais de trânsito e em placas de sinalização rodoviária.
- 7 - Não é permitida a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias em qualquer bem sem o consentimento dos proprietários, possuidores ou detentores dos mesmos.

CAPÍTULO III

Deveres do titular

Artigo 12.º

Deveres gerais do titular

O titular da licença de ocupação do espaço público ou de afixação e inscrição de mensagens publicitárias fica vinculado aos seguintes deveres emergentes do licenciamento:

- a) Não proceder ou permitir a adulteração dos elementos tal como aprovados, ou a alterações da demarcação licenciada;
- b) Não proceder à cedência da utilização ou qualquer transmissão da licença a outrem, sem prejuízo do disposto no artigo 24.º;
- c) Retirar a mensagem e o respetivo suporte até ao termo do prazo da licença;

- d) Repor a situação anterior ao início da ocupação do espaço público ou da afixação ou inscrição da mensagem publicitária existente no local, findo o prazo da licença;
- e) Apresentar o alvará quando solicitado pelas entidades fiscalizadoras.

Artigo 13.º

Segurança e vigilância

A segurança e vigilância dos elementos de mobiliário urbano, suportes publicitários e demais equipamentos de apoio incumbem ao titular da licença de ocupação do espaço público.

Artigo 14.º

Conservação, manutenção e higienização

- 1 - O titular da licença deve manter os elementos de mobiliário urbano, a mensagem ou os seus suportes publicitários e demais equipamentos de apoio que utiliza, nas melhores condições de apresentação, higiene e arrumação.
- 2 - Constitui, igualmente, obrigação do titular da licença manter a higiene do espaço circundante, sem prejuízo do disposto no Regulamento do Serviço de Gestão de Resíduos Urbanos do Município da Moita.
- 3 - 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 15.º

Deveres dos comunicantes

Os deveres e obrigações constantes no presente capítulo aplicam-se, com as devidas adaptações, aos comunicantes das meras comunicações prévias e comunicações prévias com prazo.

CAPÍTULO IV

Regimes aplicáveis

SECÇÃO I

Licenciamento

SUBSECÇÃO I

Procedimento de licenciamento

Artigo 16.º

Licenciamento

- 1 - A ocupação de espaço público, depende de prévia licença emitida pela câmara municipal, nos termos e com as exceções constantes nos artigos 30.º, 32.º e 35.º do presente regulamento.
- 2 - A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias em bens ou espaços afetos ao domínio público, neles implantados ou deles visíveis fica também sujeita a licenciamento, nos termos e com as exceções constantes no presente regulamento.
- 3 - De igual modo, a inscrição, afixação ou difusão de mensagens publicitárias em veículos automóveis ou outros meios de locomoção, nos termos do disposto no n.º 3 do artigo 3.º, carece de licenciamento prévio a conceder por esta câmara municipal, nos termos do presente regulamento.
- 4 - A emissão de licença de ocupação do espaço público é precedida da aprovação do mobiliário urbano a instalar.

Artigo 17.º

Requerimento inicial

- 1 - A emissão de licença de ocupação de espaço público e de afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias depende de requerimento dirigido ao presidente da câmara.
- 2 - O requerimento inicial deve ser apresentado com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data prevista para o início da ocupação de espaço público, afixação, inscrição ou difusão publicitária pretendida, salvo em casos devidamente fundamentados a apreciar casuisticamente.
- 3 - Sempre que haja lugar às consultas referidas no artigo 19.º, ao prazo previsto no número anterior, acresce o prazo de 30 dias.

Artigo 18.º

Elementos obrigatórios

1 - O requerimento deve conter obrigatoriamente:

- a) O nome, a identificação fiscal e a residência ou sede do requerente;
- b) A qualidade em que requer;
- c) A identificação do local onde se pretende efetuar a ocupação de espaço público, afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias, pela indicação do nome do arruamento, lote ou número de polícia e freguesia, com precisão das áreas a utilizar;
- d) O ramo de atividade exercido;
- e) A indicação do pedido em termos claros e precisos;
- f) O período pretendido para efetuar a ocupação de espaço público, afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias;
- g) A descrição do meio ou suporte a utilizar e a respetiva volumetria.

2 - Ao requerimento deve ser junto:

- a) Planta de localização (à escala 1:2000);
- b) Planta que identifique a dimensão do equipamento a instalar e relação com a envolvente (afastamentos);
- c) Memória descritiva com indicação dos materiais, forma, cores e quando aplicável, indicação do modo de fixação do equipamento a instalar;
- d) Croqui/fotografia (a cores) do local de implantação/projeto e fotomontagem ou outro meio de visualização da integração da proposta;
- e) Autorização de utilização, quando aplicável;
- f) Contrato de seguro de responsabilidade civil de valor adequado quando previsto pela legislação aplicável.
- g) Outros documentos que o requerente entenda melhor esclarecerem a sua pretensão.

3 - Sempre que se considere necessário poderá ser exigido projeto de estabilidade acompanhado de termo de responsabilidade subscrito por técnico habilitado para o efeito e contrato de seguro de responsabilidade civil, na fase de instalação e após a sua conclusão.

4 - Quando a implantação pretendida se situe em zonas de jurisdição de outras entidades ou zonas de proteção a monumentos nacionais e imóveis de interesse público, dos documentos referidos nos números anteriores serão extraídas tantas cópias quantas forem as entidades a consultar, a expensas do requerente.

5 - Conjuntamente com o requerimento, deve ser ainda apresentado documento comprovativo de que o requerente é proprietário, coproprietário, possuidor, locatário ou titular de outros direitos sobre bens afetos ao domínio privado onde se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária ou, se não o for, deve juntar autorização escrita do respetivo proprietário ou possuidor, bem como documento comprovativo dessa qualidade.

6 - Nos anúncios ou reclamos volumétricos a medição faz-se pela superfície exterior.

7 - Consideram-se incluídos no anúncio ou reclamos os dispositivos destinados a chamar a atenção do público.

Artigo 19.º

Locais sujeitos a jurisdição de outras entidades

1 - Sempre que o local onde o requerente pretenda efetuar a ocupação, afixar, inscrever ou difundir a mensagem publicitária, esteja sob a jurisdição de outra entidade, deve a câmara municipal solicitar parecer sobre o pedido de licenciamento, nos 10 dias seguintes à entrada do requerimento ou à junção dos elementos complementares.

2 - Sem prejuízo do disposto no número anterior, pode a câmara municipal, sempre que entenda necessário, solicitar pareceres a outras entidades, com vista à salvaguarda dos interesses e valores que com o licenciamento se pretendem acautelar.

3 - Na falta de disposição especial, os pareceres solicitados devem ser emitidos no prazo de 20 dias contados da data do envio do ofício à entidade a consultar.

4 - No caso de os pareceres não serem emitidos no prazo previsto no número anterior, o procedimento pode prosseguir e vir a ser decidido sem aqueles, salvo disposição legal expressa em contrário.

5 - Os critérios definidos pelas entidades com jurisdição sobre os locais onde a publicidade é afixada ou inscrita são os constantes do anexo III, sem prejuízo de outros que possam vir a ser estipulados.

Artigo 20.º

Fundamentos de Indeferimento

O pedido de licenciamento é indeferido quando:

- a) Violar disposições legais e regulamentares ou normas técnicas gerais e específicas aplicáveis, constantes ou não do presente regulamento;
- b) Existir desrespeito por algum ou alguns dos condicionamentos previstos no presente regulamento e nos anexos I, II e III, do qual fazem parte integrante;
- c) Existir inscrita ou afixada, no mesmo espaço ou local, qualquer mensagem publicitária devidamente autorizada;
- d) Afetar esteticamente o edifício.

Artigo 21.º

Decisão final

A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser proferida no prazo máximo de 30 dias, contados:

- a) Da data da receção do pedido, ou dos elementos solicitados;
- b) Da data da receção do último dos pareceres, autorizações ou aprovações emitidos pelas entidades consultadas;
- c) Do termo do prazo para a receção dos pareceres, autorizações ou aprovações, sempre que alguma das entidades consultadas não se pronuncie até essa data.

Artigo 22.º

Emissão de alvará

1 - Em caso de deferimento, a decisão de licenciamento deve ser notificada ao requerente no prazo de 10 dias e incluir a indicação do local e do prazo para o pagamento da taxa respetiva e para o levantamento do alvará.

2 - O alvará deve sempre especificar:

- a) A identificação do titular: nome, morada ou sede e número de identificação fiscal;
- b) O objeto do licenciamento, sua localização e características;
- c) As obrigações e condições a cumprir pelo seu titular;
- d) Prazo de duração;
- e) Prazo para comunicação da não renovação, quando aplicável;
- f) Prazo para requerer a renovação, quando aplicável;
- g) Obrigação de manter o meio, o suporte ou a mensagem publicitária em boas condições de conservação, funcionamento e segurança;
- h) A identificação do serviço municipal emissor.

3 - O requerente da licença só pode exercer os direitos que a mesma lhe confere depois de levantar o respetivo alvará ou de ser efetuado o averbamento da renovação.

4 - A emissão do alvará de licença ou o averbamento da respetiva renovação dependem de prévio pagamento da taxa referida no artigo 39.º.

SUBSECÇÃO II

Licenças

Artigo 23.º

Natureza da licença

A licença de ocupação de espaços públicos e de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias é pessoal e não pode ser transmitida a qualquer título, sem prejuízo do disposto no artigo seguinte.

Artigo 24.º

Mudança de titularidade

1 - A mudança de titularidade da licença é autorizada verificadas cumulativamente as seguintes situações:

- a) Encontrarem-se pagas as taxas devidas, previstas no artigo 39.º deste regulamento;
- b) Não serem pretendidas quaisquer alterações ao objeto do licenciamento;
- c) O requerente apresentar prova da legitimidade do seu interesse.

2 - É averbada no alvará de licença a identificação do novo titular.

3 - Pela mudança de titularidade, o novo titular fica autorizado, após o pagamento da taxa de averbamento, a manter a ocupação do espaço público, a afixação ou a inscrição das mensagens publicitárias até ao fim do prazo de duração da licença a que estava autorizado o anterior titular.

Artigo 25.º

Prazo

1 - As licenças são concedidas pelo período requerido, no prazo máximo de um ano, contado da data de emissão do respetivo alvará ou averbamento da renovação.

2 - As licenças podem ser renovadas por período igual ou inferior àquele pelo qual foram concedidas.

3 - As licenças anuais iniciam-se a 1 de janeiro e terminam em 31 de dezembro, exceto no primeiro ano da sua vigência em que se iniciam na data de emissão do respetivo alvará.

Artigo 26.º

Alteração publicitária

Qualquer alteração do meio, do suporte ou do conteúdo da mensagem publicitária implica novo pedido de licenciamento.

SUBSECÇÃO III

Caducidade, revogação e renovação

Artigo 27.º

Caducidade da licença

A licença caduca:

- a) Decorrido o prazo de 30 dias a contar da notificação prevista no artigo 22.º, se não forem pagas as taxas devidas e levantado o respetivo alvará;
- b) Decorrido o prazo pelo qual foi concedida;
- c) Quando seja comunicado pelo titular a opção pela sua não renovação automática nos termos do n.º 1 do artigo 29.º;
- d) Se a câmara municipal proferir decisão no sentido da não renovação da mesma;
- e) Por perda, pelo titular, do direito ao exercício da atividade a que se reporta a licença.

Artigo 28.º

Revogação da licença

1 - A licença pode ser revogada sempre que:

- a) Excepcionais razões de interesse público o exijam;
- b) O titular da licença não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito, nomeadamente as obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento, sem prejuízo da eventual instauração de processo de contraordenação.

2 - A revogação da licença não confere direito a qualquer indemnização.

Artigo 29.º

Renovação da licença

1- As licenças anuais são automaticamente renovadas, por igual período, salvo se o titular comunicar à câmara municipal intenção contrária, através de carta registada com aviso de receção, com a antecedência mínima de 30 dias, em relação ao termo do prazo respetivo.

2- As licenças não anuais são sucessivamente renovadas, desde que o titular o requeira no último terço do prazo fixado na mesma e proceda ao pagamento das taxas devidas pela renovação até ao termo do prazo de vigência da licença.

3- As licenças renovadas consideram-se concedidas nas condições e termos em que foram as correspondentes licenças iniciais, pressupondo a inalterabilidade dos seus termos e condições, sem prejuízo da atualização do valor da taxa a que houver lugar.

SECÇÃO II

Mera comunicação prévia

Artigo 30.º

Mera comunicação prévia

1 - Está sujeita ao regime de mera comunicação prévia a ocupação do espaço público pretendida por interessado na exploração de um estabelecimento, para algum dos seguintes fins:

- a) Instalação de toldo e respetiva sanefa;
- b) Instalação de esplanada aberta;
- c) Instalação de estrado e guarda-ventos;
- d) Instalação de vitrina e expositor;
- e) Instalação de suporte publicitário, nos casos em que é dispensado o licenciamento da afixação ou da inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial;
- f) Instalação de arcas e máquinas de gelados;
- g) Instalação de brinquedos mecânicos e equipamentos similares;
- h) Instalação de floreira;
- i) Instalação de contentor para resíduos.

2 - Sem prejuízo do disposto no artigo seguinte, o regime previsto no número anterior aplica-se apenas quando as características e localização do mobiliário urbano respeitarem os seguintes limites:

- a) No caso dos toldos e das respetivas sanefas, das floreiras, das vitrinas, dos expositores, das arcas e máquinas de gelados, dos brinquedos mecânicos e dos contentores para resíduos, quando a sua instalação for efetuada junto à fachada do estabelecimento;
- b) No caso das esplanadas abertas, quando a sua instalação for efetuada em área contígua à fachada do estabelecimento e a ocupação transversal da esplanada não exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;
- c) No caso dos guarda-ventos, quando a sua instalação for efetuada junto das esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada e o seu avanço não ultrapassar o da esplanada;
- d) No caso dos estrados, quando a sua instalação for efetuada como apoio a uma esplanada e não exceder a sua dimensão;

- e) No caso dos suportes publicitários:
- i. Quando a sua instalação for efetuada na área contígua à fachada do estabelecimento e não exceder a largura da mesma; ou
 - ii. Quando a mensagem publicitária for afixada ou inscrita na fachada ou em mobiliário urbano referido nas alíneas anteriores.

3 - A ocupação do espaço público para fins distintos dos mencionados no n.º 1 segue o regime de licenciamento previsto no artigo 16.º.

4 - As ocupações realizadas ao abrigo da mera comunicação prévia devem observar as normas gerais que lhes forem aplicadas, nomeadamente as constantes no capítulo II e as condições de instalação indicadas nos anexos I, II e III ao presente regulamento, do qual faz parte integrante.

5 - A mera comunicação prévia consiste numa declaração que permite ao interessado na exploração de um estabelecimento proceder imediatamente à ocupação do espaço público, após pagamento das taxas devidas.

Artigo 31.º

Declaração à câmara municipal

1 - A mera comunicação prévia é dirigida ao Presidente da Câmara Municipal, obrigatoriamente efetuada pelo titular da exploração de um estabelecimento ou por quem o represente no «Balcão do empreendedor», através do preenchimento do formulário respetivo e acompanhada dos seguintes elementos:

- a) A identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;
- b) O endereço da sede da pessoa coletiva ou do empresário em nome individual;
- c) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia;
- d) A indicação do fim pretendido com a ocupação do espaço público;
- e) A identificação das características e da localização do mobiliário urbano a colocar;
- f) A declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público, nomeadamente as constantes no capítulo II e nos anexos I, II e III do presente regulamento, do qual fazem parte integrante;
- g) O código de acesso à certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial;
- h) O consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade, caso se trate de pessoa singular.

2 - Na falta de algum elemento referido no número anterior, o comunicante é notificado para, no prazo de 10 dias, corrigir ou completar a comunicação.

3 - O titular da exploração do estabelecimento é obrigado a manter atualizados os dados mencionados nas alíneas a) a c) e g) e h) do n.º 1 do presente artigo, devendo proceder a essa atualização no prazo máximo de 60 dias após a ocorrência de qualquer alteração.

SECÇÃO III

Comunicação prévia com prazo

Artigo 32.º

Comunicação prévia com prazo

1 - O regime de comunicação prévia com prazo é aplicável quando as características e localização do mobiliário urbano, para os fins mencionados no n.º 1 do artigo 30.º, não respeitem os limites referidos no n.º 2 do mesmo artigo e desde que, em caso algum, prejudiquem o cumprimento das normas constantes no capítulo II e das condições de instalação indicadas nos anexos I, II e III ao presente regulamento, do qual faz parte integrante.

2 - A comunicação prévia com prazo consiste numa declaração que permite ao interessado proceder à ocupação do espaço público, quando o presidente da câmara municipal, ou em quem este delegar, emita despacho de deferimento ou quando este não se pronuncie após o decurso do prazo de 20 dias, contado a partir do momento do pagamento das taxas devidas.

Artigo 33.º

Declaração à câmara municipal

1 - A comunicação prévia com prazo é dirigida ao Presidente da Câmara Municipal, obrigatoriamente efetuada pelo titular da exploração ou por quem o represente no «Balcão do empreendedor», através do preenchimento do respetivo formulário, e acompanhada dos seguintes elementos:

- b) A identificação do titular da exploração do estabelecimento ou do prestador de serviços com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;
- c) O endereço da sede da pessoa coletiva ou do empresário em nome individual;
- d) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia, quando aplicável;
- e) O código de acesso à certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial;
- f) O consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade, caso se trate de pessoa singular;

- g) A indicação do fim pretendido com a ocupação do espaço público;
- h) A identificação das características e da localização do mobiliário urbano a colocar;
- i) A declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público, nomeadamente as constantes no capítulo II e nos anexos I, II e III do presente regulamento, do qual faz parte integrante.

2 - Na falta de algum elemento referido no número anterior, o comunicante é notificado para, no prazo de 10 dias, corrigir ou completar a comunicação.

3 - A comunicação prévia com prazo só se considera entregue após o pagamento da taxa devida e acompanhada de todos elementos exigidos nos números anteriores.

4 - O titular da exploração do estabelecimento é obrigado a manter atualizados os dados mencionados nas alíneas a) a e) do n.º 1 do presente artigo, devendo proceder a essa atualização no prazo máximo de 60 dias após a ocorrência de qualquer alteração.

Artigo 34.º

Decisão

1 - O presidente da câmara municipal ou em quem este delegar analisa a comunicação prévia com prazo e a sua conformidade com as disposições legais e regulamentares em vigor, comunicando ao requerente, no prazo de 20 dias, através do «Balcão do empreendedor»:

- a) O despacho de deferimento;
- b) O despacho de indeferimento, o qual contém a identificação das desconformidades do pedido com as disposições legais e regulamentares aplicáveis e cujo cumprimento não é dispensado.

2 - O prazo previsto no número anterior conta-se a partir da data em que se considera entregue a comunicação prévia com prazo, nos termos do n.º 3 do artigo anterior.

3 - A decisão a que se refere a alínea b) do n.º 1 é antecedida da audiência do interessado, que dispõe de 10 dias a contar da data da sua notificação para se pronunciar sobre o conteúdo da mesma, nos termos do Código do Procedimento Administrativo.

4 - A realização da audiência do interessado suspende a contagem dos prazos.

SECÇÃO IV

Comunicação

Artigo 35.º

Comunicação de cessação da ocupação do espaço público

1 - Está sujeita a comunicação a cessação da ocupação do espaço público para os fins mencionados no n.º 1 do artigo 30.º.

2 - No caso da cessação da ocupação do espaço público resultar do encerramento do estabelecimento, dispensa-se a comunicação referida no número anterior, bastando para esse efeito a comunicação de encerramento do estabelecimento, efetuada no «Balcão do empreendedor», no prazo máximo de 60 dias da sua ocorrência.

SECÇÃO V

Eficácia e validade

Artigo 36.º

Prazo

O período de tempo da ocupação do espaço público conferido pela mera comunicação prévia e comunicação prévia com prazo é o solicitado na declaração apresentada pelo interessado, não podendo ultrapassar o prazo máximo de um ano, contado da data de emissão do comprovativo eletrónico de entrega no «Balcão do empreendedor».

Artigo 37.º

Títulos

O comprovativo eletrónico de entrega no «Balcão do empreendedor» das meras comunicações prévias, das comunicações prévias com prazo e das demais comunicações previstas no presente regulamento, acompanhado do comprovativo do pagamento das quantias eventualmente devidas, são prova suficiente do cumprimento dessas obrigações para todos os efeitos.

CAPITULO V

Isenção de controlo prévio

Artigo 38.º

Condições e restrições

1 - Sem prejuízo das regras sobre a utilização do espaço público e do regime jurídico da conservação da natureza e biodiversidade, a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial não estão sujeitas a controlo prévio administrativo, nos seguintes casos:

- a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicita os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou está relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;
- c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

2 - No caso dos bens imóveis, a afixação ou a inscrição de mensagens publicitárias no próprio bem consideram-se abrangidas pelo disposto na alínea b) do número anterior.

3 - O disposto no presente artigo não isenta a observância das normas gerais constantes no capítulo II e das condições de instalação para a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial referidas nos anexos II e III do presente regulamento, do qual faz parte integrante, cujo cumprimento se impõe e a que fica sujeito em sede de fiscalização.

CAPÍTULO VI

Taxas, fiscalização e regime sancionatório

Artigo 39.º

Taxas

Nos termos previstos no presente Regulamento, são devidas as seguintes taxas fixadas na Tabela de Taxas anexa ao Regulamento de Taxas do Município de Moita:

- a) Pela submissão da mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo;
- b) Pela apresentação do pedido de licenciamento;

c) Pelo direito de ocupação do espaço público e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias.

Artigo 40.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, compete à câmara municipal a fiscalização do disposto no presente regulamento.

Artigo 41.º

Ocupação ilícita do espaço público

A câmara municipal pode, notificado o infrator, remover ou por qualquer forma inutilizar os elementos que ocupem o espaço público em violação das disposições no presente regulamento.

Artigo 42.º

Colocação ilícita de publicidade

A câmara municipal pode, perante a colocação ilícita de publicidade, remover ou por qualquer forma inutilizar os elementos publicitários que se encontrem em violação das disposições no presente regulamento.

Artigo 43.º

Remoção

1 - Em caso de caducidade da licença, mera comunicação prévia, comunicação prévia com prazo ou de revogação da licença, deve o respetivo titular proceder à remoção do equipamento urbano, mobiliário urbano, suportes publicitários ou outros materiais, no prazo de 10 dias contados, respetivamente, da cessação da licença, mera comunicação prévia, comunicação prévia com prazo ou da notificação do ato de revogação, devendo a remoção incluir a limpeza do local e reposição das condições existentes à data de emissão da licença.

2 - A câmara municipal pode ordenar a remoção do equipamento urbano, mobiliário urbano, suportes publicitários ou outros materiais sempre que se verifique que estes foram instalados, afixados ou inscritos:

- a) Sem prévio licenciamento, mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo deferida, ou;
- b) Em desrespeito das normas gerais constantes no capítulo II ou nas condições de instalação referidas nos anexos I, II e III ao presente regulamento, do qual faz parte integrante.

3 - Para efeitos do disposto nos números anteriores deve a câmara municipal notificar os infratores, fixando-lhes um prazo de 10 dias para procederem à remoção.

4 - No caso de o titular da licença, da mera comunicação prévia ou da comunicação prévia com prazo ou o infrator não ter procedido, dentro do prazo fixado, à remoção do equipamento urbano, mobiliário urbano, suportes publicitários ou outros materiais ou quando esteja em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma atuação urgente, a câmara municipal procede à remoção imediata e depósito do bem em armazém municipal.

Artigo 44.º

Custos da remoção

1 - Os encargos com a remoção de elementos que ocupem o espaço público, ainda que efetuada por serviços públicos, são suportados pela entidade responsável pela ocupação ilícita.

2 - Da eventual perda, danificação ou deterioração dos elementos referidos no número anterior não emerge qualquer direito a indemnização.

3 - A remoção, depósito do bem e as respetivas despesas são notificadas ao seu titular até 15 dias decorridos sobre a operação, devendo constar da mesma a discriminação dos montantes já despendidos pelo Município e o montante da taxa diária de depósito.

4 - A restituição do bem pode ser expressamente solicitada à Câmara Municipal da Moita, no prazo de 15 dias, após a notificação prevista no número anterior, formalizada através de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara, sendo pagas aquando da apresentação do mesmo, todas as quantias devidas com a remoção e o depósito.

5 - Caso o infrator não proceda à diligência referida no número anterior dentro do prazo regulamentar, verifica-se a perda do bem a favor do Município de Moita o qual lhe dá, consoante o caso, o destino que for mais adequado.

6 - Caso as quantias referidas no número 3 não sejam voluntariamente pagas procede-se à cobrança coerciva das mesmas nos termos do Regulamento de Taxas do Município da Moita.

7 - O disposto no presente artigo aplica-se, com as devidas adaptações, à remoção de publicidade.

Artigo 45.º

Remoção por motivos de interesse público

Quando imperativos de reordenamento do espaço público, tal como a aprovação de planos municipais de ordenamento do território, de execução de obras ou outras, de manifesto interesse público assim o justifique, poderá ser ordenada pelo Presidente da Câmara ou pelo vereador com delegação de competências a remoção de equipamentos urbanos, mobiliário urbano e suportes publicitários, ou a sua transferência para outro local.

Artigo 46.º

Contraordenações

1 - Sem prejuízo da punição pela prática de crime de falsas declarações e do disposto noutras disposições legais, constituem contraordenação:

- a) A não realização das comunicações prévias previstas nos artigos 30.º e 32.º, punível com coima de € 350 a € 2500, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 1000 a € 7500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
- b) A emissão de uma declaração a atestar o cumprimento das obrigações legais e regulamentares, ao abrigo do disposto na alínea f) do n.º 1 do artigo 31.º e na alínea h) do n.º 1 do artigo 33.º, que não corresponda à verdade, punível com coima de € 500 a € 3500, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 1500 a € 25 000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
- c) A não atualização dos dados previstos no n.º 3 do artigo 31.º e n.º 4 do artigo 33.º com coima de € 150 a € 750, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 400 a € 2000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
- d) A falta, não suprida em 10 dias após notificação eletrónica, de algum elemento essencial das comunicações prévias previstas no n.º 1 do artigo 31.º, punível com coima de € 200 a € 1000, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 500 a € 2500, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva;
- e) O cumprimento fora do prazo do n.º 3 do artigo 31.º e n.º 4 do artigo 33.º é punível com coima de € 50 a € 250, tratando-se de uma pessoa singular, ou de € 200 a € 1000, no caso de se tratar de uma pessoa coletiva.

2 - Constitui ainda contraordenação, punível com coima graduada de 1 até ao máximo de 10 vezes a retribuição mínima mensal garantida, no caso de pessoa singular, ou até 100 vezes aquele valor, no caso de pessoa coletiva:

- a) A ocupação do espaço público e a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em violação do disposto no capítulo II;
- b) A instalação de mobiliário urbano ou de outros objetos que, não possuindo natureza de mobiliário urbano, se encontrem instalados ou apoiados no espaço público, permitindo

um uso, prestando um serviço ou apoiando uma atividade, efetuada sem licença de ocupação do espaço público;

- c) A instalação de suportes publicitários e a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, efetuadas sem a devida licença;
- d) A violação do disposto no n.º 4 do artigo 22.º;
- e) A atuação como interposta pessoa, visando a obtenção de licença;
- f) A transmissão da licença a outrem não autorizado, conforme o previsto no artigo 24.º;
- g) A violação do dever de segurança e vigilância previsto no artigo 13.º;
- h) A falta de conservação, manutenção e higienização dos suportes publicitários e demais equipamentos, conforme disposto no artigo 14.º;
- i) A instalação de mobiliário urbano ou de outros objetos que, não possuindo natureza de mobiliário urbano, se encontrem instalados ou apoiados no espaço público, permitindo um uso, prestando um serviço ou apoiando uma atividade, que não respeitem os critérios a que se refere o anexo I ao presente regulamento, do qual faz parte integrante;
- j) A instalação de suportes publicitários, bem como a afixação ou inscrição de mensagem publicitária que não respeitem os critérios a que se refere o anexo II ao presente regulamento, do qual faz parte integrante;
- k) A não remoção do mobiliário urbano e dos suportes publicitários dentro do prazo de remoção voluntária previsto neste regulamento;
- l) A não reposição da situação existente no local, tal como se encontrava à data da instalação do mobiliário urbano, suporte, afixação ou inscrição da mensagem publicitária ou da utilização com o evento publicitário, findo o prazo da licença, mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo.

3 - A tentativa e a negligência são puníveis.

4 - Se a infração for praticada por negligência, os limites mínimos e máximos das coimas são reduzidos para metade.

Artigo 47.º

Responsabilidade solidária pela contraordenação em matéria de publicidade

Quem der causa à contraordenação e os respetivos agentes são solidariamente responsáveis pela reparação dos prejuízos causados a terceiros.

Artigo 48.º

Sanções acessórias

Em função da gravidade da infração e da culpa do agente, simultaneamente com a coima, podem ser aplicadas as seguintes sanções acessórias:

- a) Apreensão dos objetos pertencentes ao agente que tenham sido utilizados como instrumento na prática da infração;
- b) Privação do direito a subsídios ou benefícios outorgados pela câmara municipal;
- c) Privação do direito de participar em arrematações ou concursos públicos, fornecimento de bens e serviços, concessão de serviços públicos e atribuição de licenças ou alvarás;
- d) Suspensão de autorizações, licenças e alvarás;

Artigo 49.º

Aplicação das coimas e sanções acessórias

Compete ao presidente da câmara municipal determinar a instrução dos processos de contraordenação, designar o instrutor e aplicar as coimas e sanções acessórias, com faculdade de delegação em qualquer dos outros membros da câmara municipal.

CAPÍTULO VII

Disposições finais e transitórias

Artigo 50.º

Contagem de prazos

Todos os prazos fixados no presente regulamento contam-se nos termos previstos no artigo 72.º do Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 51.º

Normas específicas

Podem ser elaboradas, no âmbito de quaisquer instrumentos de gestão territorial, normas específicas sobre suportes de publicidade complementares do presente regulamento.

Artigo 52.º

Casos omissos e interpretação

Sem prejuízo da legislação aplicável, os casos omissos e a interpretação do presente regulamento são resolvidos mediante despacho do Presidente da Câmara Municipal.

Artigo 53.º

Regime transitório

1. As licenças emitidas em data anterior à entrada em vigor do presente regulamento permanecem válidas até ao termo do respetivo prazo, mas não podem ser renovadas as que não estejam conformes com as normas e princípios contidos no presente regulamento.
2. Os responsáveis pela afixação e inscrição de mensagem publicitárias não sujeitas a licenciamento dispõem de um prazo de 60 dias a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento para as adequarem e darem cumprimento ao instituído no capítulo II e anexos II e III.
3. Os responsáveis pela ocupação do espaço público não sujeitos a licenciamento dispõem de um prazo de 60 dias a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento para se conformarem com as disposições do mesmo.
4. Sem prejuízo do disposto no número anterior o presente regulamento aplica-se aos processos pendentes na data da sua entrada em vigor.

Artigo 54.º

Norma revogatória

São revogados os artigos 42.º a 45.º do Regulamento de Taxas do Município da Moita;

Artigo 55.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor 15 dias após a data da sua publicação, nos termos legais.

ANEXO I

Condições de instalação de mobiliário urbano

1. Condições de instalação e manutenção de um toldo e da respetiva sanefa

1.1. A instalação de um toldo e da respetiva sanefa deve respeitar as seguintes condições:

- a) Em passeio de largura superior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;
- b) Em passeio de largura inferior a 2 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio;
- c) Observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m, mas nunca acima do nível do teto do estabelecimento comercial a que pertença;
- d) Não exceder um avanço superior a 3 m;
- e) Não exceder os limites laterais das instalações pertencentes ao respetivo estabelecimento;
- f) O limite inferior de uma sanefa deve observar uma distância do solo igual ou superior a 2,50 m;
- g) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo;
- h) O sistema de fixação não deverá ser aplicado sobre os elementos referidos na alínea anterior.

1.2. O toldo e a respetiva sanefa não podem ser utilizados para pendurar ou afixar qualquer tipo de objetos.

1.3. O titular do estabelecimento é responsável pelo bom estado de conservação e limpeza do toldo e da respetiva sanefa.

2. Condições de instalação e manutenção de uma esplanada aberta

2.1. Na instalação de uma esplanada aberta devem respeitar-se as seguintes condições:

- a) Ser contígua à fachada do respetivo estabelecimento;
- b) A ocupação transversal não pode exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;
- c) Deixar um espaço igual ou superior a 0,90 m em toda a largura do vão de porta, para garantir o acesso livre e direto à entrada do estabelecimento;
- d) Não alterar a superfície do passeio onde é instalada, sem prejuízo do disposto no ponto 4 do presente anexo;
- e) Não ocupar mais de 50 % da largura do passeio onde é instalada;
- f) Garantir um corredor para peões de largura igual ou superior a 2 m contados:
 - i. A partir do limite externo do passeio, em passeio sem caldeiras;

- ii. A partir do limite interior ou balanço do respetivo elemento mais próximo da fachada do estabelecimento, em passeios com caldeiras ou outros elementos ou tipos de equipamento urbano.
- 2.2. Os proprietários, os concessionários ou os exploradores de estabelecimentos são responsáveis pelo estado de limpeza dos passeios e das esplanadas abertas na parte ocupada e na faixa contígua de 3 m.

3. Restrições de instalação de uma esplanada aberta

- 3.1. O mobiliário urbano utilizado como componente de uma esplanada aberta deve cumprir os seguintes requisitos:
- a) Ser instalado exclusivamente na área comunicada de ocupação da esplanada;
 - b) Ser próprio para uso no exterior e de uma cor adequada ao ambiente urbano em que a esplanada está inserida;
 - c) Os guarda-sóis serem instalados exclusivamente durante o período de funcionamento da esplanada e suportados por uma base que garanta a segurança dos utentes;
 - d) Os aquecedores verticais serem próprios para uso no exterior e respeitarem as condições de segurança.
- 3.2. Nos passeios com paragens de veículos de transportes coletivos de passageiros não é permitida a instalação de esplanada aberta numa zona de 5 m para cada lado da paragem.

4. Condições de instalação de estrados

- 4.1. É permitida a instalação de estrados como apoio a uma esplanada.
- 4.2. Os estrados devem ser amovíveis e construídos, preferencialmente, em módulos de madeira.
- 4.3. Os estrados devem garantir a acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, nos termos do Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto.
- 4.4. Os estrados não podem exceder a cota máxima da soleira da porta do estabelecimento respetivo ou 0,25 m de altura face ao pavimento.
- 4.5. Sem prejuízo da observância das regras estipuladas no n.º 2 do artigo 11.º do Decreto-Lei 48/2011 de 1 de abril e do artigo 2.º do anexo IV do Decreto-Lei, na instalação de estrados são salvaguardadas as condições de segurança da circulação pedonal, sobretudo a acessibilidade dos cidadãos com mobilidade reduzida, nos termos da legislação em vigor.
- 4.6. Os estrados devem ser delimitados visualmente e sinalizados como obstáculo à circulação pedonal, de forma a poder ser claramente identificado e distinguido o espaço destinado a esta circulação pedonal.

5. Condições de instalação de um guarda-vento

- 5.1. O guarda-vento deve ser amovível e instalado exclusivamente durante o horário de funcionamento do respetivo estabelecimento.
- 5.2. A instalação de um guarda-vento deve ser feita nas seguintes condições:
 - a) Junto de esplanadas, perpendicularmente ao plano marginal da fachada;
 - b) Não ocultar referências de interesse público, nem prejudicar a segurança, salubridade e boa visibilidade local ou as árvores porventura existentes;
 - c) Não exceder 2 m de altura contados a partir do solo;
 - d) Sem exceder 3,50 m de avanço, nunca podendo exceder o avanço da esplanada junto da qual está instalado;
 - e) Garantir no mínimo 0,05 m de distância do seu plano inferior ao pavimento, desde que não tenha ressaltos superiores a 0,02 m;
 - f) Utilizar vidros inquebráveis, lisos e transparentes, que não excedam as seguintes dimensões:
 - i. Altura: 1,35 m;
 - ii. Largura: 1 m;
 - g) A parte opaca do guarda-vento, quando exista, não pode exceder 0,60 m contados a partir do solo.
- 5.3. Na instalação de um guarda-vento deve ainda respeitar-se uma distância igual ou superior a:
 - a) 0,80 m entre o guarda-vento e outros estabelecimentos, montras e acessos;
 - b) 2 m entre o guarda-vento e outro mobiliário urbano.

6. Condições de instalação de uma vitrina

Na instalação de uma vitrina devem respeitar-se as seguintes condições:

- a) Não se sobrepor a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas ou a outros elementos com interesse arquitetónico e decorativo;
- b) A altura da vitrina em relação ao solo deve ser igual ou superior a 1,40 m;
- c) Não exceder 0,15 m de balanço em relação ao plano da fachada do edifício.

7. Condições de instalação de um expositor

- 7.1. Por cada estabelecimento é permitido apenas um expositor, instalado exclusivamente durante o seu horário de funcionamento.
- 7.2. O expositor apenas pode ser instalado em passeios com largura igual ou superior a 2 m, devendo respeitar as seguintes condições de instalação:
 - a) Ser contíguo ao respetivo estabelecimento;
 - b) Reservar um corredor de circulação de peões igual ou superior a 1,50 m entre o limite exterior do passeio e o prédio;
 - c) Não prejudicar o acesso aos edifícios contíguos;
 - d) Não exceder 1,50 m de altura a partir do solo;

- e) Reservar uma altura mínima de 0,20 m contados a partir do plano inferior do expositor ao solo ou 0,40 m quando se trate de um expositor de produtos alimentares.

8. Condições de instalação de uma arca ou máquina de gelados

Na instalação de uma arca ou máquina de gelados devem respeitar-se as seguintes condições de instalação:

- a) Ser contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
- c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.

9. Condições de instalação de um brinquedo mecânico e equipamento similar

9.1. Por cada estabelecimento é permitido apenas um brinquedo mecânico e equipamento similar, servindo exclusivamente como apoio ao estabelecimento.

9.2. A instalação de um brinquedo mecânico ou de um equipamento similar deve ainda respeitar as seguintes condições:

- a) Ser contígua à fachada do estabelecimento, preferencialmente junto à sua entrada;
- b) Não exceder 1 m de avanço, contado a partir do plano da fachada do edifício;
- c) Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.

10. Condições de instalação e manutenção de uma floreira

10.1. A floreira deve ser instalada junto à fachada do respetivo estabelecimento.

10.2. As plantas utilizadas nas floreiras não podem ter espinhos ou bagas venenosas.

10.3. O titular do estabelecimento a que a floreira pertença deve proceder à sua limpeza, rega e substituição das plantas, sempre que necessário.

10.4. Deixar livre um corredor no passeio com uma largura não inferior a 1,50 m.

11. Condições de instalação e manutenção de um contentor para resíduos

11.1. O contentor para resíduos deve ser instalado contiguamente ao respetivo estabelecimento, servindo exclusivamente para seu apoio.

11.2. Sempre que o contentor para resíduos se encontre cheio deve ser imediatamente limpo ou substituído.

11.3. A instalação de um contentor para resíduos no espaço público não pode causar qualquer perigo para a higiene e limpeza do espaço.

11.4. O contentor para resíduos deve estar sempre em bom estado de conservação, nomeadamente no que respeita a pintura, higiene e limpeza.

ANEXO II

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

1. Regras gerais

1.1. Condições de instalação de um suporte publicitário

A instalação de um suporte publicitário deve respeitar as seguintes condições:

- a) Em passeio de largura superior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio;
- b) Em passeio de largura inferior a 1,20 m, deixar livre um espaço igual ou superior a 0,40 m em relação ao limite externo do passeio.

1.2. Condições de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano.

1.2.1. É permitida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial em mobiliário urbano.

1.2.2. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial numa esplanada deve limitar-se ao nome comercial do estabelecimento, a mensagem comercial relacionada com bens ou serviços comercializados no estabelecimento ou ao logótipo da marca comercial, desde que afixados ou inscritos nas costas das cadeiras e nas abas pendentes dos guarda-sóis, com as dimensões máximas de 0,20 m x 0,10 m por cada nome ou logótipo.

1.3. Condições e restrições de difusão de mensagens publicitárias sonoras

1.3.1. É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do público.

1.3.2. A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:

- a) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;
- b) A uma distância mínima de 300 m de edifícios escolares, durante o seu horário de funcionamento, de hospitais, cemitérios e locais de culto.

2. Regras especiais

2.1. Condições e restrições de aplicação de chapas, placas e tabuletas

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

2.1.2. A instalação das chapas deve fazer-se a uma distância do solo igual ou superior ao nível do piso do 1.º andar dos edifícios.

- 2.1.3. A instalação de uma placa deve respeitar as seguintes condições:
- a) Não se sobrepor a gradeamentos ou zonas vazadas em varandas;
 - b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.
- 2.1.4. As placas só podem ser instaladas ao nível do rés do chão dos edifícios.
- 2.1.5. Não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fração autónoma ou fogo, não se considerando para o efeito as placas de proibição de afixação de publicidade.
- 2.1.6. A instalação de uma tabuleta deve respeitar as seguintes condições:
- 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 0,20 m;
 - c) Deixar uma distância igual ou superior a 3 m entre tabuletas.

2.2. Condições de instalação de bandeiras

- 2.2.1. As bandeiras não podem ser afixadas em áreas de proteção das localidades.
- 2.2.2. As bandeiras devem permanecer oscilantes, só podendo ser colocadas em posição perpendicular à via mais próxima e afixadas do lado interior do poste.
- 2.2.3. A dimensão máxima das bandeiras deve ser de 0,60 m de comprimento e 1 m de altura.
- 2.2.4. A distância entre a fachada do edifício mais próximo e a parte mais saliente da bandeira deve ser igual ou superior a 2 m.
- 2.2.5. A distância entre a parte inferior da bandeira e o solo deve ser igual ou superior a 3 m.
- 2.2.6. A distância entre bandeiras afixadas ao longo das vias deve ser igual ou superior a 50 m.

2.3. Condições de aplicação de letras soltas ou símbolos

A aplicação de letras soltas ou símbolos deve respeitar as seguintes condições:

- a) Não exceder 0,50 m de altura e 0,15 m de saliência;
- b) Não ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas, sendo aplicados diretamente sobre o paramento das paredes;
- c) Ter em atenção a forma e a escala, de modo a respeitar a integridade estética dos próprios edifícios.

2.4. Condições de instalação de anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e semelhantes

2.4.1. Os anúncios luminosos, iluminados, eletrônicos e semelhantes devem respeitar as seguintes condições:

- a) O balanço total não pode exceder 2 m;
- 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 0,15 m, a distância entre a parte inferior do anúncio e o solo não pode ser menor do que 2 m nem superior a 4 m;
- d) Garantir o enquadramento dentro da métrica dos vãos que compõem a fachada do edifício.

2.4.2. As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas eletrônicos ou semelhantes instalados nas fachadas de edifícios e em espaço público devem ficar, tanto quanto possível, encobertas e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

2.5. Condições de instalação de pendões

2.5.1. A colocação de pendões não pode constituir perigo para a circulação pedonal e rodoviária, devendo a distância entre a parte inferior e o solo ser, no mínimo, de 2,50 m;

2.5.2. É proibida a colocação de pendões em material não biodegradável.

2.6. Condições de instalação de painéis ou *outdoor*, mupis e semelhantes

2.6.1. A estrutura suporte:

- a) Deve ser metálica e na cor que melhor se integre na envolvente;
- b) Não pode manter-se no local sem mensagem publicitária;
- c) Deve ter afixado o número de alvará e a identidade do titular;
- d) Deve ser fixa ao solo.

2.6.2. Os painéis ou *outdoor* devem ter uma distância entre a parte inferior e o solo, no mínimo, de 2,50 m;

2.6.3. As dimensões estruturas e cores devem ser homogêneas;

2.6.4. Os painéis ou *outdoor* devem ter uma das seguintes dimensões:

- a) 2,40 m de comprimento por 1,70 m de altura;
- b) 4 m a 12 m de comprimento por 3 m de altura.

2.6.5. A título excepcional, podem ser licenciados painéis ou *outdoor* com outras dimensões, desde que não seja posto em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos;

2.6.6. Os painéis ou *outdoor* podem ter saliências desde que sejam mencionadas no requerimento e que não seja posto em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos;

ANEXO III

Critérios definidos por outras entidades

A. Estradas de Portugal, S.A.

Consoante previsto no n.º 5 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, e sem prejuízo das regras definidas no n.º 2 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, bem como dos critérios subsidiários do anexo IV do mesmo diploma, a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias na proximidade da rede de estradas nacionais e regionais abrangidas pelo n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, deverá obedecer aos seguintes critérios adicionais:

1. A mensagem ou os seus suportes não poderão ocupar a zona da estrada que constitui domínio público rodoviário do Estado;
2. A ocupação temporária da zona da estrada para instalação ou manutenção das mensagens ou dos seus suportes está sujeita ao prévio licenciamento da Estradas de Portugal S.A. (EP);
3. A mensagem ou os seus suportes não deverão interferir com as normais condições de visibilidade da estrada e/ou com os equipamentos de sinalização e segurança;
4. A mensagem ou os seus suportes não deverão constituir obstáculos rígidos em locais que se encontrem na direção expectável de despiste de veículos;
5. A mensagem ou os seus suportes não deverão possuir qualquer fonte de iluminação direcionada para a estrada capaz de provocar encadeamento;
6. A luminosidade das mensagens publicitárias não deverá ultrapassar as quatro candelas por m²;
7. Não deverão ser inscritas ou afixadas quaisquer mensagens nos equipamentos de sinalização e segurança da estrada;
8. A afixação ou inscrição das mensagens publicitárias não poderá obstruir os órgãos de drenagem ou condicionar de qualquer forma o livre escoamento das águas pluviais;
9. Deverá ser garantida a circulação de peões em segurança, nomeadamente os de mobilidade reduzida, para tal, a zona de circulação pedonal, livre de qualquer mensagem ou suporte publicitário, não deverá ser inferior a 1,5 m.

Toda a publicidade que não caiba na definição do n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto (com a alteração do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril), continuará a merecer a prévia autorização da EP, nos termos do disposto do n.º 2 do artigo 2.º da Lei citada.

B. Agência Portuguesa do Ambiente

No que se refere à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias abrangidas pelo n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, a nível do domínio público hídrico, às regras adicionais definidas no anexo IV do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, acrescem os critérios adicionais indicados de seguida.

Para as áreas de intervenção dos Planos de Ordenamento da Orla Costeira e dos Planos de Ordenamento de Estuários estabelece-se que:

1. Os sistemas de informação publicitária devem ser integrados na construção, em *placards* adossados às fachadas, por pintura da cobertura, dos toldos ou ainda por sistemas amovíveis ligeiros, como faixas, bandeiras;
2. Os sistemas de informação publicitária não devem afetar a sinalização e a informação a utentes e banhistas, referentes às condições de risco, segurança, assistência e qualidade das águas balneares.

C. Rede Ferroviária Nacional, E.P.E. (REFER)

Relativamente à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias abrangidas pelo n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, às regras adicionais definidas no anexo IV do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, acrescem os seguintes critérios:

1. A afixação ou inscrição de qualquer mensagem publicitária dentro de espaço do domínio público ferroviário carece de autorização formal por parte da Rede Ferroviária Nacional, E.P.E. (REFER);
2. De acordo com a alínea a) do n.º 1 do artigo 16.º do Decreto-Lei n.º 276/2003, em prédios confinantes ou vizinhos das linhas férreas ou ramais ou de outras instalações ferroviárias é proibido utilizar elementos luminosos ou refletores que, pela sua cor, natureza ou intensidade, possam prejudicar ou dificultar a observação da sinalização ferroviária ou da própria via ou, ainda, assemelhar-se a esta de tal forma que possa produzir perigo para a circulação ferroviária;
3. Por questões de segurança das circulações e da infraestrutura ferroviária (n.º 1 do artigo 14.º do Decreto-Lei n.º 276/2003) não poderá ser efetuada a afixação de mensagens publicitárias sem autorização expressa da REFER (nomeadamente com altura superior a 1,8 metros), em zonas próximas da via-férrea (faixa mínima de 10 metros, de acordo com o artigo 15.º do Decreto-Lei n.º 276/2003);
4. De acordo com o artigo 8.º do Decreto-Lei n.º 568/99, a fim de assegurar a manutenção das condições de visibilidade mínima junto às passagens de nível, os proprietários ou possuidores dos terrenos não podem praticar quaisquer atos que prejudiquem a visibilidade sem que a entidade gestora da infraestrutura ferroviária dê parecer favorável.

D. Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico, I.P. (IGESPAR)

Sem prejuízo dos critérios subsidiários do anexo IV do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias abrangidas pelo n.º 3 do artigo 1.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, deverá obedecer aos critérios adicionais indicados de seguida.

1. Publicidade/reclamos, toldos, esplanadas e mobiliário urbano

Devido à variedade e especificidade de características urbanas e arquitetónicas das zonas de proteção dos imóveis classificados, não é possível a definição de normas gerais para a instalação deste tipo de equipamentos. Estes critérios procuram introduzir alguma moderação e disciplina nas propostas do empreendedor para a utilização e ocupação do espaço público.

De modo geral, deverá atender-se às características do local onde se pretende instalar a publicidade e toldos, isto é, à imagem arquitetónica do imóvel que será seu suporte, à eventual proximidade de imóvel classificado e aos pontos de vista de interesse sobre e a partir do mesmo. Deverá também atender-se à tipologia urbana do local, especialmente nos casos de zonas históricas.

2. Localização da publicidade e toldos

2.1. Nos **imóveis classificados** não é aceitável a instalação de publicidade. Caso se trate de imóveis com ocupação turística ou outra que justifique instalação de publicidade, deverá o respetivo projeto ser particularmente contido e cuidado;

2.2. Nas **zonas de proteção e zonas especiais de proteção**, a instalação de publicidade, deverá restringir-se ao espaço disponível nos pisos térreos. Poderão abrir-se exceções em casos específicos, tais como unidades hoteleiras ou edifícios de grande dimensão, ocupados por uma entidade única, nos quais não se corra o risco de colocação de suportes publicitários de origem diversa nas fachadas e de não produzir obstrução visual do imóvel classificado. Não é aceitável instalação de publicidade na guarda de varandas nem sobreposta no todo ou em parte a cantarias, cunhais, guarnecimento de vãos ou outros elementos que integrem a composição arquitetónica das fachadas.

3. Elementos e suportes publicitários:

Tendo em vista o ordenamento publicitário e o controlo da poluição visual, deve prescindir-se da inclusão de referências a marcas comerciais em quaisquer estruturas publicitárias ou toldos que, preferencialmente, se destinam a designar as respetivas entidades, especificar serviços, indicar os seus contactos, etc.

3.1 **Reclamos tipo bandeira** - Deve evitar-se a utilização deste tipo de reclamos, em especial caixas acrílicas iluminadas ou outros, de forte impacto visual. Serão de

- aceitar os casos que constituam referências importantes de determinados serviços, tais como símbolos de farmácias, correios ou multibancos;
- 3.2. **Placas gravadas de reduzida dimensão** - Em geral não se vê inconveniente na colocação deste tipo de publicidade. O preenchimento abusivo de grande parte da área disponível entre vãos com múltiplas placas deve ser evitado, sendo então preferível a adoção de placa única (múltipla);
 - 3.3. **Prismas e caixas acrílicas com iluminação interior** - São sempre de evitar em zonas históricas, por comprometerem a imagem global e as características dos edifícios. Apenas serão aceites em caso de manifesta compatibilização com a expressão das fachadas e envolvente urbana (zonas modernas ou incaracterísticas). Deverão nestes casos, apresentar o mínimo de saliência relativamente aos planos de fachada;
 - 3.4. **Letras soltas e desenhos néon** - Os reclamos constituídos por letras soltas, fixadas diretamente às fachadas, são na maioria dos casos bem tolerados, sendo a sua integração mais fácil, em zonas históricas sensíveis da cidade, desde que atendidos os formatos, as proporções e as cores. Se for o caso, a sua iluminação deve ser cuidada e discreta. Os títulos, frases publicitárias, símbolos ou desenhos constituídos por tubos em néon serão de aceitar (como alternativa às caixas acrílicas), desde que a sua imagem e integração no local, sejam adequadas;
 - 3.5. **Letras pintadas sobre vidro, ou vinil autocolante** - Não se vê em princípio inconveniente, desde que apresentem qualidade gráfica e se integrem corretamente nas fachadas. Quando seja o caso de vinil autocolante de grande dimensão face à superfície de vidro, deverá atender-se não só à qualidade de composição gráfica, mas também à coloração de fundo e sua relação com a montra e fachada;
 - 3.6. **Palas de grande dimensão** - As palas balançadas sobre passeios, acompanhando em toda a sua extensão os vãos de entrada dos espaços comerciais, não são em geral, aceitáveis. A sua forma, dimensão e frequentemente a sinalética que lhes está associada, tornam a sua presença, dissonante, interferindo com a leitura das fachadas dos edifícios, e contribuindo para a degradação visual das áreas em que se inserem;
 - 3.7. **Vitrinas** - Não é recomendável o preenchimento da área entre vãos com vitrinas, por contribuírem normalmente para a descaracterização do imóvel. Poderão ser aceites nos casos de obrigatoriedade legal, como por exemplo preços de restaurantes ou estabelecimentos hoteleiros;
 - 3.8. **Reclamos de grandes dimensões colocados sobre coberturas de edifícios** - Trata-se de um sistema já praticamente em desuso e com forte impacto negativo, considerando-se de não aceitar;
 - 3.9. **Painéis publicitários de grande dimensão em tapumes de obras** - É indesejável a proliferação deste tipo de painéis em zonas sensíveis, mesmo quando de curta

duração. Só com carácter excepcional se poderá autorizar a sua instalação, quando não desvalorizem a envolvente;

3.10. Telas publicitárias em edifícios em obras ou devolutos e empenas de imóveis

- Pela imagem de forte impacto, são de evitar, com raras exceções, de carácter temporário, nos casos em que a conceção, a mensagem e a imagem apresentem um alto nível de qualidade;

3.11. Mupis - São de evitar em áreas protegidas.

3.12. Toldos:

3.12.1. Deverão ser dimensionados à largura dos vãos disponíveis, apresentar cores claras e utilizar lonas ou materiais com características semelhantes, em alternativa aos materiais rígidos;

3.12.2. Deverão ser rebatíveis, de uma só água e sem sanefas laterais. Só excepcionalmente se aceitarão toldos em forma de concha, por exemplo em vãos curvos;

3.12.3. Não é aceitável a inserção de referências a marcas comerciais;

3.12.4. Títulos e textos publicitários devem restringir-se ao espaço da banda ou sanefa.

4. Esplanadas e mobiliário urbano:

4.1. As esplanadas a instalar em zonas protegidas deverão ser dimensionadas de acordo com as características do espaço público e objeto de tratamento cuidado no que se refere não só na escolha de mobiliário e publicidade mas também na instalação de eventuais estrados;

4.2. Os guarda-sóis ou toldos devem ser brancos ou de tom claro e não devem conter referências a marcas. O mobiliário não deve conter referências a marcas comerciais.