

PRONADI — Programa Nacional de Qualificação de Quadros Dirigentes e Chefias Intermédias das Autarquias Portuguesas — Direcção Municipal de Urbanismo da Câmara Municipal do Porto.

Entre 1986 a 1992 — desempenho de funções de engenheiro civil em gabinetes de engenharia.

Entre 1992 a 1994 — actividade desenvolvida nos Serviços Municipalizados de Vila Nova de Gaia, no âmbito da Análise e Elaboração de Projectos e Fiscalização de Obras.

Entre 1994 a 2003 — actividade desenvolvida na Câmara Municipal do Porto, na Direcção Municipal de Urbanismo como gestora de Processos de Licenciamento de Obras Particulares.

Entre 2004 a 2005 — nomeação para o cargo de chefe de Divisão Municipal de Fiscalização, Segurança e Salubridade da Direcção Municipal de Urbanismo da Câmara Municipal do Porto.

A partir de Abril de 2005 — nomeação para o cargo de chefe de Divisão Municipal de Gestão Urbanística II da Direcção Municipal de Urbanismo da C. M. P.

Pela ordem de serviço do presidente da Câmara de 30 de Maio de 2005, foi nomeada, em regime de substituição, Manuela Maria Martins Bernardes André (5897), técnica superior urbanista principal no cargo de chefe de Divisão Municipal do Gabinete de Comunicação e Imagem a partir de 30 de Maio de 2005.

21 de Agosto de 2006. — O Director de Departamento Municipal de Gestão de Recursos Humanos, *Angelo Rocha*. 3000214314

Aviso

Em cumprimento do disposto artigo 19.º, n.º 5, da Lei n.º 2/2004, de 15 de Janeiro, alterada pela Lei n.º 51/2005, de 30 de Agosto, aplicável por força no disposto no artigo 1.º do Decreto-Lei n.º 93/2004, de 20 de Abril, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7 de Junho, torna-se público que, por despacho do presidente da Câmara de 3 de Julho de 2006, foi nomeado José Francisco Angelino Branco, mestre em Administração Pública, para exercer, em comissão de serviço, o cargo de director municipal de Finanças e Património, por possuir vasta e comprovada aptidão e experiência profissional.

Nota relativa ao currículo académico e profissional

Formação académica — mestre em Administração Pública, Universidade do Minho.

Conhecimento de línguas — francesa e inglesa.

Categoria profissional — especialista de informática grau 3, nível 2.

Carreira e experiência profissional:

Secretaria-Geral do Ministério da Economia — Secretário-Geral Adjunto (1 de Fevereiro de 2006 a 2 de Julho de 2006).

Câmara Municipal do Porto — director do Departamento Municipal de Património e Aproveitamento (1 de Outubro de 2004 a 31 de Janeiro de 2006). Os principais projectos que dinamizou foram: Compras Electrónicas e Racionalização dos Edifícios (REDI).

Faculdade Ciências Universidade do Porto — director dos Serviços Financeiros e Patrimoniais (1 de Fevereiro de 1997 a 30 de Setembro de 2004), onde foi responsável pela reestruturação do subsistema financeiro da faculdade, pela sua informatização e pela implementação do Poc-Educação. Integrou, ainda, a equipa responsável pela «*Formative Evaluation of Universities' ICT Strategies*» da U. P.

Direcção-Geral da Aviação Civil — director dos Serviços Administrativos (23 de Maio de 1994 a 31 de Janeiro de 1997), onde se destaca a implementação do SIC — Sistema de Informação Contabilística, no âmbito da RAFE (Reforma da Administração Financeira do Estado).

Direcção-Geral da Contabilidade Pública — chefe de divisão de Sistemas de Informação (14 de Abril de 1993 a 22 de Maio de 1994), sendo de relevar a sua participação no grupo de trabalho responsável pela concepção e implementação da RAFE na Administração Central. Foi ainda coordenador da equipa responsável pelo desenvolvimento da Base de Dados de Auditoria.

Instituto de Informática — técnico superior (8 de Abril de 1988 a 13 de Abril de 1993), onde desempenhou funções de consultor de desenvolvimento organizacional, tendo elaborado alguns estudos e trabalhos para a Administração Central e Local de que se destaca o SPPOC — Sistema de Planeamento, Programação, Orçamentação e Controlo, que viria a servir de modelo conceptual para o desenvolvimento do SIC — Sistema de Informação Contabilística.

Direcção-Geral da Contabilidade Pública — técnico contabilista (6 de Fevereiro de 1987 a 7 de Abril de 1988).

Instituto do Azeite e Produtos Oleaginosos — técnico de administração (24 de Fevereiro de 1986 a 5 de Fevereiro de 1987).

Outras actividades relevantes.

Desde 2005, presidente do conselho fiscal da ANFUP (Associação Nacional dos Funcionários das Universidades Portuguesas); desde 2002, presidente da delegação da ANFUP da Universidade do Porto; desde 1998, vogal do conselho fiscal da Associação para o Desenvolvimento da Faculdade de Ciências da Universidade do Porto. Formador certificado pelo Instituto de Emprego e Formação Profissional, tem colaborado com várias entidades públicas e privadas, no âmbito da formação profissional, seminários e *workshops*, sendo de destacar a sua colaboração com o INA (Instituto Nacional Administração), nas áreas da gestão pública (gestão por objectivos), contabilidade pública e orçamento.

Estudos/publicações:

«A Reforma da Gestão Pública — o plano e o relatório de actividades como instrumentos de gestão», Universidade do Minho, 2003.

«Rede de Águas — Protótipo», Instituto de Informática, 1991.

«Modelo Informacional das Áreas Comuns da A. P. — Relatório de Enquadramento» (co-autoria) Instituto de Informática, 1991.

«Modelo Informacional das Áreas Comuns da A. P. — Subsistema de Recursos Financeiros» (responsável pela equipa), Instituto de Informática, 1991.

«Potencialidades de utilização de um modelo normalizado de uma organização no estudo da informatização das Câmaras Municipais» (co-autoria) in 6.º Congresso Português de Informática, Associação Portuguesa de Informática, 1990, pp. 894-917;

«Sistema de Planeamento, Programação, Orçamentação e Controlo: um modelo para aplicação na Administração Pública Portuguesa» (co-autoria) Instituto de Informática, 1989.

22 de Agosto de 2006. — O Director de Departamento Municipal de Gestão de Recursos Humanos, *Angelo Rocha*. 3000214387

Aviso

Rui Rio, licenciado em Economia, presidente da Câmara Municipal do Porto, torna público que, em reunião da Assembleia Municipal de 10 de Julho de 2006, foi aprovado o Regulamento de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público.

Faz ainda saber que, nos termos do artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, o projecto de Regulamento de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 24, de 2 de Fevereiro de 2006, foi submetido a apreciação pública.

Assim, e para os devidos efeitos legais, a seguir se republica o Regulamento de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público, com as alterações e aditamentos que lhe foram introduzidos.

27 de Julho de 2006. — O Presidente da Câmara, *Rui Fernando Silva Rio*.

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 do Porto.

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 da cidade, 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.

A consciência da publicidade no impacto 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;

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 da cidade;

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;

Salvaguarda de reclamos e outros suportes publicitários que traduzam património de interesse municipal e que correspondam a períodos históricos da cidade do Porto;

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

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 um regime transitório previsto no artigo 69.º;

Incentivo à renovação e inovação dos licenciamentos existentes definindo-se um regime de isenção de taxas para o primeiro ano;

Coordenação de todo o procedimento relativo ao licenciamento, definindo-se ainda como condição e requisito prévio ao mesmo, à sua análise a inexistência de débitos ao município [artigo 17.º, n.º 2, alínea f)].

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

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Aprovação

Ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, na alínea *a*) do n.º 6 do artigo 64.º, em conjugação com as alíneas *a*) e *e*) do n.º 2 do artigo 53.º, ambos da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, e, bem assim, na Lei n.º 2110/61, de 19 de Agosto, na alínea *h*) do n.º 19.º da Lei n.º 42/98, de 6 de Agosto, nos artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, 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 — O presente Regulamento aplica-se ainda a qualquer forma de publicidade difundida, inscrita ou instalada em veículos, cujos proprietários ou possuidores tenham residência permanente, sede ou delegação na área do município do Porto, ou utilizem os veículos com fins exclusivamente publicitários.

3 — Exceptuam-se do previsto no n.º 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.

4 — 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, bem como qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política;

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 exprimam ou reproduzam o conteúdo dessa actividade.

Artigo 5.º

Centro Histórico do Porto

O licenciamento de toda a publicidade situada no Centro Histórico do Porto fica sujeito, às disposições constantes deste Regulamento, nomeadamente às normas específicas previstas no capítulo VII.

Artigo 6.º

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 7.º

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 8.º

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 na cidade, o que implica a observância dos critérios constantes dos artigos seguintes.

Artigo 9.º

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, 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 encadeamento, 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 toponímicas 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 papeleiras ou 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 10.º

Preservação e valorização dos espaços públicos

A ocupação 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 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 11.º

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 das frentes urbanas relativas ao rio Douro e mar;
- b) Prejudique as panorâmicas usufruídas a partir dos miradouros e a qualidade visual da envolvente destes locais;
- c) Prejudique a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia;
- d) 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 12.º

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 13.º

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) Implique a ocupação ou pisoteio de superfícies ajardinadas e zonas interiores dos canteiros;
- c) Implique 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, e nas quintas e jardins históricos, 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 14.º

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, 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 15.º

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 16.º

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 17.º

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) Descrição gráfica do meio ou suporte, através de plantas, cortes e alçados não inferior à escala de 1/50, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão e balanço de afixação;
- e) Fotomontagem ou fotografias a cores, formato mínimo 150 × 100 mm, não inferior a duas, aposta em folha A4, indicando o local previsto para a colocação;
- f) Declaração sob compromisso de honra de que não é devedor ao município de qualquer débito relativo a taxas de publicidade ou outros meios de utilização do espaço público;
- g) Termo de responsabilidade do técnico do projecto, caso se trate de estruturas cujas características o justifiquem;
- h) Autorização do condomínio ou proprietário, bem como projecto geral de publicidade do edifício, caso exista e esteja devidamente aprovado pela Câmara Municipal;
- i) Autorização do proprietário, usufrutuário, locatário ou titular de outro direito, sempre que o meio ou suporte de utilização não seja instalado em propriedade própria;
- j) 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 18.º

Elementos complementares

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

- a) A junção do termo de responsabilidade e contrato de seguro de responsabilidade civil para meio ou suporte que possa,

eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou coisas;

- b) 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 19.º

Suprimento das deficiências do requerimento inicial

Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto no artigo 17.º, 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 20.º

Jurisdição de outras entidades

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.

Artigo 21.º

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 8.º;
- b) Não respeitar as proibições estabelecidas nos artigos 9.º a 15.º;
- 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 nos capítulos vi a vii;
- e) Não respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a actividades ruidosas, quando se tratar de licenciamento de publicidade sonora, nos termos do artigo 47.º;
- f) Não cumprir o estabelecido nos artigos 17.º a 19.º;
- g) Existirem débitos à autarquia por dívidas relacionadas com a publicidade e ou outras utilizações do espaço público.

Artigo 22.º

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 24.º a 26.º

Artigo 23.º

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 24.º

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 25.º

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 26.º

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 27.º

Noções

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

- a) Paineis — 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, 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;

k) 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;

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

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

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

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

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

q) 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;

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

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

t) 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 efémero, que impliquem acções de rua e o contacto directo com o público.

Artigo 28.º

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 combustíveis, combustíveis ou corrosivos e quando for caso, um sistema de iluminação estanque e inacessível ao público.

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

3 — Os suportes publicitários não devem provocar o encadeamento 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 de ser inferior a 200 candelas/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 fotovoltaicos 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 de 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 29.º

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 30.º

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 31.º

Pendões, bandeiras e bandeirolas

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

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 2 m por 1 m e 1,20 m por 0,80 m, respectivamente.

Artigo 32.º

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 necessidades 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 33.º

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 34.º

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 subdivididas.

Artigo 35.º

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 36.º

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 37.º

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 38.º

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 próximo das que designam os arruamentos, não podendo as dimensões exceder 0,35 m por 0,40 m.

Artigo 39.º

Palas e alpendres

As palas e alpendres quando integrados na edificação estão também sujeitos ao regime de licenciamento previsto no Regulamento Municipal de Edificação e Urbanização do Município do Porto.

Artigo 40.º

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 um quarto da altura maior da fachada do edifício;

b) Não deve, em qualquer caso, ter uma altura superior a 5 m.

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 41.º

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 42.º

Publicidade instalada em empenas

1 — A instalação de publicidade em empenas, nomeadamente molduras 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 43.º

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) Têm que ficar avançadas em relação ao andaime ou tapumes de protecção;

b) 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 49.º e 50.º do presente Regulamento.

SECÇÃO III

Publicidade móvel e sonora

Artigo 44.º

Publicidade móvel

1 — Poderá ser licenciada publicidade em veículos que identifique a empresa, actividade, produtos, bens, serviços ou outros elementos relacionados com o desempenho principal do respectivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

2 — Poderá ainda ser licenciada publicidade em veículos relativa a empresas, actividades, produtos, bens, serviços ou outros elementos não relacionados com o desempenho principal do respectivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

3 — Excepcionalmente, poderá ser licenciada publicidade em veículos equipados com estruturas próprias ou reboques, em circulação ou estacionamento, cuja finalidade principal seja a transmissão de mensagens publicitárias.

4 — Quando for utilizada simultaneamente publicidade sonora, esta terá de observar as condições dispostas no artigo 47.º deste Regulamento.

Artigo 45.º

Restrições à publicidade móvel

1 — Não é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade nos vidros nem de forma a afectar a sinalização ou identificação do veículo.

2 — Não é autorizado o uso de luzes ou de material reflector para fins publicitários.

3 — Só é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade em viaturas caso o estabelecimento que publicitem ou a actividade exercida pelo mesmo se encontrem devidamente licenciados.

4 — A publicidade inscrita não pode fazer-se através de meios ou dispositivos salientes da carroçaria original dos mesmos.

5 — Não é permitida a projecção ou lançamento de panfletos ou de quaisquer outros produtos a partir dos veículos.

6 — A afixação de publicidade em transportes públicos de passageiros está sujeita ao disposto neste Regulamento, bem como a disposições fixadas por organismo competente.

Artigo 46.º

Dispositivos publicitários aéreos cativos

Serão observados os princípios e as condições gerais de ocupação ou utilização do espaço público, relativamente aos meios de apoio aos dispositivos publicitários aéreos cativos instalados no solo.

Artigo 47.º

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, 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 m 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 cinco dias úteis, não prorrogável, por trimestre e por entidade.

SECÇÃO IV

Outros meios de publicidade

SUBSECÇÃO I

Cartazes

Artigo 48.º

Locais de afixação

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

Artigo 49.º

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 cinco dias, após a verificação do evento, devendo os mesmos proceder à limpeza do espaço ou área ocupados por aquela.

2 — 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 50.º

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 no 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 51.º

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; 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 52.º

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 53.º

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 encastadas.

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 54.º

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 de ser retirados do espaço público.

CAPÍTULO VII

Afixação de publicidade no Centro Histórico do Porto

Artigo 55.º

Princípio geral

1 — A afixação de publicidade ou outras utilizações do espaço público no Centro Histórico do Porto está subordinada às regras que disciplinam a classificação e gestão da área urbana incluída na lista de Património Cultural da Humanidade da Unesco e respectiva área de protecção.

2 — Não é permitida a colocação de publicidade ou outras utilizações do espaço público no Centro Histórico do Porto que possa impedir a leitura de elementos construtivos de interesse patrimonial, histórico ou artístico, designadamente guardas de varandas de ferro, azulejos e elementos em granito, nomeadamente padieiras, ombreiras e peitoris, cornijas, cachorros e outros.

Artigo 56.º

Anúncios

1 — Não será permitida a colocação de anúncios luminosos de dupla face que prejudiquem enfiamentos visuais ao longo das vias.

2 — Os anúncios luminosos não podem ser colocados ao nível dos andares superiores nem sobre telhados, palas, guarda-sóis, coberturas ou outras saliências dos edifícios.

3 — Os anúncios luminosos deverão ser instalados, preferencialmente, nos vãos das portas, bandeiras, montras existentes ao nível do rés-do-chão dos edifícios ou no interior dos mesmos.

4 — Em alternativa às caixas recobertas com chapas acrílicas, de iluminação interior, serão preferíveis como processos construtivos os dísticos ou motivos publicitários metálicos, recortados e salientes das fachadas, eventualmente com luz própria posterior rasante.

5 — Em atenção à obtenção de uma melhor iluminação publicitária do Centro Histórico da cidade e à revalorização luminosa dos imóveis, será dada preferência aos projectos de iluminação projectora indirecta da totalidade do respectivo edifício, com a colocação de pontos de luz para o efeito instalados em varandas e outros elementos salientes de modo a não serem perceptíveis das vias respectivas.

Artigo 57.º

Toldos

1 — Na instalação de toldos, deverá ser utilizado preferencialmente material em lona, de um só plano de cobertura, oblíquo à fachada e a sua estrutura deverá ser articulada e de recolher.

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

Artigo 58.º

Cartazes, bandeirolas e outros semelhantes

Não é permitida a afixação de cartazes, bandeirolas e outros semelhantes em toda a área do Centro Histórico do Porto, fora dos locais especialmente destinados a esse fim.

CAPÍTULO VIII

Afixação de propaganda política e eleitoral

Artigo 59.º

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 60.º

Locais de afixação

1 — A afixação de propaganda política é garantida nos locais para o efeito disponibilizados pela Câmara Municipal e devidamente identificados por via de edital, não sendo permitida nas áreas lapizadas a amarelo e vermelho do mapa anexo, parte integrante do presente Regulamento, e com os fundamentos dele constantes.

2 — A afixação de propaganda eleitoral não é permitida nas áreas lapizadas a vermelho do mapa anexo, parte integrante do presente Regulamento, com os fundamentos dele constantes, com excepção dos cartazes referentes aos candidatos às juntas de freguesia localizadas naquelas áreas.

3 — Para além do disposto nos números anteriores, a afixação de propaganda não será permitida sempre que:

a) Provoque obstrução de perspectivas panorâmicas ou afecte a estética ou o ambiente dos lugares ou paisagem;

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

c) Cause prejuízos a terceiros;

d) Afecte a segurança das pessoas ou das coisas, nomeadamente na circulação rodoviária ou ferroviária;

e) Apresente disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com os de sinalização de tráfego;

f) Prejudique a circulação dos peões, designadamente dos deficientes.

Artigo 61.º

Regras de afixação

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 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, no caso de serem afixadas nos locais disponibilizados pela Câmara Municipal e 15 dias nos restantes casos, devendo as mesmas ser removidas no termo desse prazo, salvo em situações de campanha ou pré-campanha eleitoral;

b) Não podem ser ocupados, simultaneamente, mais de 50 % dos locais ou espaços com propaganda proveniente da mesma entidade, quando afixadas nos locais referidos no n.º 1.

3 — Com vista a garantir o cumprimento das regras definidas no presente Regulamento, deverão os utentes informar previamente a Câmara Municipal sobre a data e local de afixação.

Artigo 62.º

Remoção da propaganda

1 — Os partidos ou forças concorrentes devem remover a propaganda eleitoral afixada nos locais que lhes foram atribuídos até ao quinto dia útil subsequente ao acto eleitoral.

2 — A propaganda política não contemplada no número anterior deve ser removida após o termo dos prazos referidos na alínea a) do n.º 2 do artigo 61.º ou no terceiro dia útil após a realização do evento a que se refere.

3 — Quando não procedam à remoção voluntária nos prazos referidos nos números anteriores, caberá à Câmara Municipal proceder à remoção coerciva, imputando os custos às respectivas entidades.

4 — A Câmara Municipal não se responsabiliza por eventuais danos que possam advir dessa remoção para os titulares dos meios ou suportes.

CAPÍTULO IX

Penalidades

Artigo 63.º

Contra-ordenações

Constitui contra-ordenação a violação do disposto no presente Regulamento, nomeadamente:

a) A falta de licenciamento, conforme previsto no artigo 6.º;

b) A ocupação ou utilização do espaço público sem alvará de licença em violação do disposto nos capítulos v e vi;

c) A adulteração dos elementos tal como aprovados, ou a alterações da demarcação efectuada, conforme o artigo 24.º;

d) A transmissão da licença a outrem não autorizada, bem como a cedência de utilização do espaço licenciado, ainda que temporariamente, conforme o previsto nas alíneas b) e c) do artigo 24.º;

e) Não reposição da 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;

- f) A não remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público, dentro do prazo de remoção imposto;
- g) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos, conforme disposto no artigo 25.º;
- h) A violação do disposto no artigo 26.º;
- i) A violação do disposto no n.º 1 do artigo 60.º;
- j) A violação do disposto no n.º 3 do artigo 60.º

Artigo 64.º

Remoção

1 — A utilização abusiva do espaço público impõe a remoção do facto no prazo de cinco dias, salvo outro especialmente previsto para o efeito, para além da coima aplicável.

2 — No caso de incumprimento do disposto no número anterior ou quando a utilização abusiva ponha em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma acção urgente, a Câmara Municipal procederá à remoção imediata.

3 — Sempre que a Câmara Municipal proceda em conformidade com o estipulado no número anterior, os infractores são responsáveis por todas as despesas efectuadas, não havendo lugar a qualquer indemnização.

Artigo 65.º

Coimas e sanções acessórias

1 — Compete ao presidente da Câmara Municipal ou órgão com competência delegada a aplicação de coimas e sanções acessórias previstas neste Regulamento.

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 — A infracção ao disposto no presente Regulamento constitui contra-ordenação punível com as seguintes coimas:

a) Nos casos previstos nas alíneas a) a c) do artigo 63.º, o valor mínimo correspondente ao dobro da licença a que haveria lugar, e o máximo ao quádruplo ou sêxtuplo da mesma, consoante se trate de pessoa singular ou colectiva, respectivamente;

b) Nos casos previstos nas alíneas d) a g) do artigo 63.º, o valor mínimo correspondente a um quarto do salário mínimo nacional, e máximo a um meio do salário mínimo nacional ou a um salário mínimo nacional, consoante se trate de pessoa singular ou colectiva, respectivamente;

c) Nos casos previstos na alínea h) do artigo 63.º, o valor mínimo, correspondente a um meio do salário mínimo nacional, e máximo ao dobro ou quádruplo do salário mínimo nacional, consoante se trate de pessoa singular ou colectiva, respectivamente;

d) Nos casos previstos nas alíneas i) e j) do artigo 63.º, o valor mínimo, correspondente a um meio do salário mínimo nacional e máximo ao quádruplo do salário mínimo nacional.

4 — A tentativa é punível.

CAPÍTULO X

Disposições finais

Artigo 66.º

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 do Porto.

Artigo 67.º

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 68.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor quinze 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 69.º

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 70.º

Norma revogatória

São revogadas todas as disposições contrárias a este Regulamento, nomeadamente as constantes dos artigos 179.º, 191.º a 193.º, 195.º e 196.º do Código de Posturas do Concelho do Porto e os editais n.ºs 2/90 e 2/95.

