

Edital n.º 1054/2010

Andreia Martins Cardoso da Costa, Presidente da Câmara Municipal de Angra do Heroísmo.

Faz público, em cumprimento de deliberação tomada em reunião ordinária de 2 de Agosto findo, que nos termos do disposto no artigo 91.º da Lei n.º 169/99 de 18 de Setembro, na sua actual redacção, conjugado com o artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, se procede à abertura de um período de apreciação pública, pelo prazo de 30 dias, a contar da data da presente publicação no *Diário da República* do “Regulamento Municipal de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras Utilizações do Espaço Público”.

Nos termos do n.º 2 do artigo 118.º do C.P.A., convidam-se os interessados devidamente identificados, a dirigir por escrito, ao Presidente da Câmara Municipal, eventuais sugestões e ou reclamações, dentro do período atrás referido, para a Câmara Municipal de Angra do Heroísmo, Praça Velha, 9701-857 Angra do Heroísmo, e ainda para o mail da edilidade (angra@cm-ah.pt), mais se informando que o processo está disponível para consulta, na Secção de Taxas e Licenças e de Atendimento ao Município, dentro do horário de expediente, bem como no portal deste Município (www.cm-ah.pt)

Regulamento Municipal de Publicidade, Propaganda Política e Eleitoral e Outras**Utilizações do Espaço Público****Nota Justificativa**

A afixação e a inscrição de mensagens de publicidade e propaganda são regulamentadas pela Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto, rectificada pela Lei n.º 12/2000, de 4 de Outubro que consagrou os princípios gerais a que deve obedecer o regime de licenciamento desta actividade, prevendo expressamente no seu artigo 11.º a possibilidade de os municípios procederem à elaboração dos regulamentos necessários à respectiva execução.

Com efeito, esta lei definiu o regime geral de afixação e inscrição de mensagens de publicidade e propaganda, sujeitando a licenciamento municipal prévio e remetendo para as Autarquias a tarefa de definir, à luz de determinados objectivos, os critérios que devem orientar a concessão de licenças da parte de cada município.

A valorização da imagem urbana da Cidade de Angra do Heroísmo, 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 do impacto da publicidade no ambiente urbano, associado a diversos elementos para além dos tradicionalmente qualificados como publicitários, conduziu a uma necessidade do alargamento do âmbito do presente Regulamento de forma a abranger o regime do licenciamento relativo à utilização e ocupação do espaço público.

A colocação e a instalação de mensagens publicitárias deve observar uma disciplina que conduza a uma planificação e a uma ordenação criteriosa do licenciamento dessa actividade, para que seja assegurado o equilíbrio do meio urbano e a salvaguarda da protecção ambiental. Tendo em vista o cumprimento do disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, por deliberação camarária datada, foi deliberado submeter o presente projecto será publicado no *Diário da República*, 2.ª série, com o objectivo de ser posto à discussão pública, pelo período de 30 dias, para recolha de sugestões dos interessados.

CAPÍTULO I**Âmbito****Artigo 1.º****(Objecto)**

O presente regulamento define o regime a que fica sujeita a afixação e inscrição de mensagens publicitárias e de propaganda política e eleitoral, bem como a utilização de suportes publicitários e ou outros meios, no Concelho de Angra do Heroísmo.

Artigo 2.º**(Âmbito)**

1 — O regime previsto neste Regulamento aplica-se aos diversos meios da chamada publicidade exterior, nomeadamente quadros, outdoors, tabuletas, cartazes, anúncios, reclamos, flyers, ecrãs, focos luminosos ou inscrições, ao uso de meios mecânicos, eléctricos e electrónicos, produtores e ou emissores de som ou de imagem e demais meios publi-

citários, desde que instalados na via pública ou desta sejam perceptíveis, ainda que situados em propriedade privada.

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 de Angra do Heroísmo, ou utilizem os veículos com fins exclusivamente publicitários.

3 — A afixação de propaganda eleitoral, nos períodos de campanha eleitoral, rege-se pelo estabelecido na Lei n.º 97/88, de 17 de Agosto, alterada pela Lei n.º 23/2000, de 23 de Agosto, rectificada pela Lei n.º 12/2000, de 4 de Outubro.

4 — Para além da publicidade licenciada nos termos do presente Regulamento, pode ser autorizada a colocação de suportes publicitários por concessão, no âmbito de concursos públicos para fornecimento de mobiliário urbano.

Artigo 3.º**(Licenciamento Prévio)**

A afixação, inscrição ou difusão de mensagens publicitárias na área do Município de Angra do Heroísmo, depende de prévio licenciamento da Câmara Municipal.

Artigo 4.º**(Conceitos gerais)**

1 — Para efeitos deste regulamento, entende-se por Publicidade qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal, cultural ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de:

a) Promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços;

b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política;

2 — Considera-se, também, publicidade qualquer forma de comunicação da administração pública, não prevista no número anterior, que tenha por objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços.

3 — Entende-se, ainda, para efeitos do presente Regulamento, por:

a) Actividade 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 ou que efectuem as referidas operações;

b) Publicidade exterior — todas as formas de comunicação publicitária previstas no número um do presente artigo, desde que instalados na via pública ou desta sejam perceptíveis, ainda que situados em propriedade privada;

c) Publicidade móvel — comunicação publicitária instalada, inscrita ou afixada em veículos terrestres, marítimos 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.

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

h) 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;

i) Anunciante: a pessoa singular ou colectiva, pública ou privada, a quem a publicidade beneficia;

j) Profissional ou Agência de Publicidade: a pessoa singular que exerce a actividade publicitária ou pessoa colectiva cuja actividade tenha por objecto o exercício da actividade publicitária;

l) Destinatário: pessoa singular ou colectiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela seja, de qualquer forma, mediata ou imediatamente atingida;

m) Domínio público municipal: todos os espaços públicos ou pertencentes ao domínio público municipal, nomeadamente, passeios, avenidas, vias, ruas, praças, caminhos, parques, jardins, fontes e demais bens municipais não afectos ao domínio privado do município de Angra do Heroísmo.

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

o) 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

(Definições)

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

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

b) Mupi — peça de mobiliário urbano, dotada de iluminação interior, concebida para servir de suporte à afixação de mensagens publicitárias;

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, podendo apresentar 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 uma fachada ou equipamento semelhante, que apresente como forma característica, uma figura geométrica (nomeadamente um quadrado, rectângulo ou triângulo);

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, com ou sem emolduramento, não excedendo na sua dimensão 1,00m²;

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

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

n) Faixas/fitas — suportes de mensagem publicitária, inscrita em tela e destacada da fachada do edifício ou atravessando a via pública;

o) 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;

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

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

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

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

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

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

v) Empena — parede lateral de um edifício;

Artigo 6.º

(Zona Classificada de Angra do Heroísmo)

O licenciamento da publicidade situada na Zona Classificada de Angra do Heroísmo e respectiva área de protecção encontra-se sujeito às disposições do Regime de Protecção e Valorização do Património Cultural da Zona Classificada da Cidade de Angra do Heroísmo aprovado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 15/2004/A, de 6 de Abril, bem como

subsidiariamente às previstas no presente Regulamento, em tudo o que não contrariarem o aludido regime.

Artigo 7.º

(Isenções)

1 — Sem prejuízo do cumprimento das regras respeitantes à afixação, não carecem de licenciamento municipal, nos termos do presente Regulamento:

a) Os anúncios ou reclamos colocados ou afixados dentro dos estabelecimentos ou no interior das montras de exposição destes, quando forem respeitantes a produtos ali fabricados ou comercializados;

b) Os anúncios colocados ou afixados em prédios urbanos com a simples indicação de venda, trespasse ou arrendamento, ainda que contenham referência à empresa imobiliária que os promova;

c) Os anúncios de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à actividade que prosseguem;

d) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, de símbolo oficial de farmácias, bancos e de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;

e) As referências a patrocinadores de actividades promovidas e co-promovidas pela Câmara Municipal;

f) As mensagens publicitárias promovidas, individualmente ou em parceria com a CMAH, pelas entidades públicas empresariais e ou Serviços Municipalizados, pertencentes ao Município de Angra do Heroísmo;

g) O nome de edifícios.

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

CAPÍTULO II

Princípio e restrições gerais

Artigo 8.º

(Princípio geral)

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

Artigo 9.º

(Restrição por motivo de segurança pública)

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não pode ser licenciada sempre que prejudique:

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

b) A saúde e o bem-estar de pessoas;

c) O acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos;

d) A iluminação pública;

e) A visibilidade de placas toponímicas, sinais de trânsito e dos automobilistas;

f) A circulação de peões;

g) A circulação de veículos.

2 — Não pode, igualmente, ser licenciada a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias:

a) No caso de não remanescer um espaço livre para a circulação pedonal de, no mínimo, 1,00 m de passeio e 2,00 m de altura;

b) Nos postes ou candeeiros;

c) Nas árvores;

d) Nos sinais de trânsito;

e) Nos corredores para peões;

f) Em placas toponímicas, números de polícia, placas informativas sobre edifícios com interesse público;

g) Em mobiliário urbano, não destinado especialmente a publicidade.

3 — Pode excepcionalmente ser autorizada a afixação de publicidade no caso da alínea g) do número anterior, nas situações que não impliquem qualquer perigo ou prejuízo para o trânsito, mediante avaliação dos serviços camarários.

Artigo 10.º

(Restrições de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico)

1 — Sem prejuízo da aplicação do disposto no artigo 6.º não podem ser concedidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais e edifícios de interesse histórico, cultural, arquitectónico ou paisagístico, designadamente:

- a) Nos 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;
- b) Imóveis classificados;
- c) Imóveis afectos exclusivamente a serviços públicos, caso a publicidade não diga respeito à actividade que prosseguem;
- d) Imóveis classificados de interesse regional ou municipal;
- e) Quando prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos;
- f) Quando prejudique ou possa contribuir, directa ou indirectamente, para a degradação da qualidade das áreas verdes;
- g) Templos ou cemitérios.

2 — As limitações previstas nas alíneas a) a c) do número anterior podem não ser aplicadas sempre que a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da actividade exercida nos imóveis em causa.

Artigo 11.º

(Restrição de estética e equilíbrio ambiental)

1. A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias por si só, ou através dos meios de suporte que utilizam, quer do espaço público quer privado, não é permitida quando seja susceptível de:

- a) Provocar obstrução das respectivas panorâmicas;
- b) Afectar a estética e o ambiente dos lugares ou da paisagem; ou
- c) Causar danos a terceiros.

Artigo 12.º

(Restrições a 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 são permitidas superfícies curvas nos casos em que o vão seja em arco;

3 — Os toldos só podem 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 deve 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 deve 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) A ocupação não 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 13.º

(Restrições às vitrinas)

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

2 — Excepcionalmente podem 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 pode 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 14.º

(Restrições a expositores de artigos comerciais)

1 — É proibida a exposição de objectos ou artigos comerciais, nas fachadas dos prédios.

2 — Pode porém, ser autorizada, em casos excepcionais e devidamente fundamentados, 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 da respectiva envolvente.

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

Artigo 15.º

(Restrições à publicidade móvel)

1 — Não é autorizada a afixação ou inscrição de publicidade nos vidros ou pára-brisas, 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 respectiva actividade se encontrem devidamente licenciados.

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

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

CAPÍTULO III

Processo de licenciamento

Artigo 16.º

(Requerimento Inicial)

1 — A emissão de licença para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias depende de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara Municipal.

2 — O requerimento inicial deve ser apresentado com a antecedência mínima de 15 dias úteis relativamente ao início da actividade publicitária pretendida.

3 — O licenciamento para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias através de meios ou suportes que impliquem o licenciamento ou comunicação prévia de operações urbanísticas, deve ser requerido cumulativamente, nos termos da legislação aplicável.

4 — Os restantes meios ou suportes, cujo fim principal seja a publicidade, estão apenas sujeitos a licenciamento para a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias.

Artigo 17.º

(Pedido principal)

1 — O requerimento deve conter obrigatoriamente:

- a) O nome, a identificação fiscal e residência ou sede do requerente;
- b) A indicação exacta do local e do meio ou suporte a utilizar;
- c) O período de utilização pretendido.

2 — O requerimento supra referido deve ser acompanhado dos seguintes documentos:

- a) Memória descritiva com a indicação dos materiais, forma, cores, legendas e configuração;
- b) Desenho do meio ou suporte, com indicação da forma, dimensões, balanço de afixação e distâncias ao extremo do passeio respeitante;

c) Fotografia a cores indicando o local previsto para a afixação, colocada em folha A4;

d) Montagem fotográfica do local, mensagem publicitária e suporte publicitário;

e) Planta de localização, fornecida pela Câmara Municipal, com indicação do local previsto para a instalação;

f) Planta do alçado à escala de 1:100, quando se trate da implantação de publicidade em fachadas de edifícios;

g) Outros documentos que o requerente entenda esclarecerem a sua pretensão ou que sejam requeridos pela Câmara Municipal para esse efeito.

Artigo 18.º

(Elementos complementares)

1 — Pode ainda ser exigida, ao requerente, a indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem necessários para a apreciação do pedido, nomeadamente: desenho que pormenorize a instalação, indicando as distâncias a outros elementos próximos e ainda ao passeio, à escala de 1:100.

2 — O processo é arquivado se não forem indicados ou juntos os elementos complementares, no prazo de 10 dias contados da data da solicitação prevista no número anterior.

Artigo 19.º

(Jurisdição de outras entidades)

1 — Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar ou inscrever a mensagem publicitária estiver sujeito a jurisdição de outra entidade, a Câmara Municipal solicitará a essa entidade, nos 5 dias seguintes à data de entrada do requerimento ou da junção dos elementos complementares, parecer sobre o pedido de licenciamento.

2 — A entidade a consultar dispõe de 10 dias para se pronunciar no âmbito das suas competências.

3 — A não recepção do parecer no prazo fixado no número anterior entende-se como parecer favorável.

4 — No caso de a colocação do suporte publicitário for susceptível de introduzir modificações significativas no espaço público, poderá ser solicitado parecer à junta de freguesia territorialmente competente.

Artigo 20.º

(Saneamento e apreciação liminar)

1 — Compete ao Presidente da Câmara Municipal apreciar e decidir as questões de ordem formal e processual que possam obstar ao conhecimento do pedido de licenciamento, nomeadamente a legitimidade e a regularidade formal do requerimento.

2 — O Presidente da Câmara Municipal profere despacho de rejeição liminar do pedido no prazo de 10 dias, se o requerimento e os respectivos elementos instrutórios apresentarem omissões ou deficiências.

3 — Quando as omissões ou deficiências sejam supráveis ou sanáveis ou quando forem necessárias cópias adicionais, o Presidente da Câmara Municipal notifica o requerente, no prazo de oito dias a contar da data da recepção do processo, para completar ou corrigir o requerimento, num prazo nunca inferior a 20 dias, sob pena de rejeição do pedido.

4 — A notificação referida no número anterior suspende os termos ulteriores do processo e dela deve constar a menção de todos os elementos em falta ou a corrigir.

5 — Havendo rejeição do pedido, nos termos do presente artigo, fica o interessado, que requeira novo licenciamento para o mesmo fim, dispensado de apresentar os documentos utilizados no pedido anterior, que se mantenham válidos e adequados.

6 — Na ausência do despacho previsto nos n.ºs 2 e 3 considera-se o pedido de licenciamento correctamente instruído.

Artigo 21.º

(Prazos da licença)

1 — A licença é atribuída e vigora pelo prazo constante no correspondente alvará.

2 — As licenças requeridas para afixação, inscrição ou difusão de mensagem publicitária relativa a evento a ocorrer em data determinada, caducarão nessa data.

Artigo 22.º

(Notificação da decisão)

A decisão sobre o pedido de licenciamento é notificada por escrito ao requerente, no prazo de 5 dias úteis a contar da decisão.

Artigo 23.º

(Deferimento)

1 — Em caso de deferimento pela Câmara Municipal, deve incluir-se na notificação referida no número anterior a indicação de que deve proceder ao levantamento do alvará e pagamento da taxa respectiva, no prazo máximo de 10 dias.

2 — A autorização conferida extingue-se se não for levantado o respectivo Alvará e paga a taxa dentro do prazo referido no aviso de pagamento.

3 — O alvará deve especificar as obrigações e condições a cumprir pelo titular, nomeadamente:

- a) Prazo de duração;
- b) Número da licença e identificação do titular.

4 — O titular só pode exercer os direitos que lhe são conferidos pelo licenciamento depois do pagamento da taxa respectiva.

Artigo 24.º

(Indeferimento)

1 — Constituem motivos de indeferimento do pedido de licenciamento, a violação das disposições do presente Regulamento, ou da legislação geral sobre publicidade, bem como do interesse público.

2 — A decisão de indeferimento do pedido de licenciamento deve ser fundamentada de facto e de direito e comunicada ao requerente.

CAPÍTULO IV

Deveres do titular

Artigo 25.º

(Obrigações do titular)

O titular do alvará de publicidade e outras utilizações do espaço público fica obrigado a:

- a) Não proceder à adulteração dos elementos tal como aprovados, ou a alterações da demarcação efectuada;
- b) Não proceder à transmissão do Alvará a outrem;
- c) Não proceder à cedência da utilização do Alvará a outrem, mesmo que temporariamente;
- d) Retirar a mensagem e o respectivo suporte verificado o termo do prazo do alvará;
- 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 do alvará;
- f) A garantir a segurança e vigilância dos suportes publicitários e demais equipamentos de apoio.
- g) Conservar os suportes publicitários e demais equipamentos de apoio que utiliza, nas melhores condições de apresentação, higiene e segurança;
- h) 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

(Alteração da mensagem publicitária)

Qualquer alteração da mensagem publicitária cujo pedido de licenciamento tenha sido deferido pela Câmara Municipal implica novo pedido de licenciamento.

Artigo 27.º

(Caducidade)

O alvará caduca decorrido o prazo por que foi concedido, com excepção dos casos de renovação previstos no artigo seguinte.

Artigo 28.º

(Renovação da licença)

A licença que seja concedida até ao termo do ano civil a que diz respeito renova-se automática e sucessivamente por iguais períodos, desde que o interessado liquide a respectiva taxa até ao termo do mês de Fevereiro de cada ano civil, salvo se:

- a) A Câmara Municipal notificar o titular de decisão em sentido contrário, por escrito e com a antecedência mínima de 10 dias do termo do respectivo contrato;
- b) O titular comunicar por escrito à Câmara Municipal, que não pretende a renovação em causa com a antecedência mínima de 10 dias do termo do prazo respectivo.

Artigo 29.º

(Revogação da licença)

A licença para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias pode ser revogada pela Câmara Municipal sempre que:

- a) Excepcionais razões de interesse público o exijam;
- b) O seu titular 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 contra-ordenação.

Artigo 30.º

(Remoção dos suportes publicitários)

1 — Em caso de caducidade ou de revogação da licença, deve o respectivo titular proceder à remoção dos suportes publicitários, no prazo de oito dias contados respectivamente da cessação da licença ou da notificação do acto de revogação.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, pode a Câmara Municipal ordenar a remoção do suporte publicitário sempre que se verifique afixação ou inscrição de publicidade sem prévio licenciamento ou em desconformidade com o estipulado neste Regulamento.

3 — Quando os titulares dos meios ou suportes não procederem à sua remoção voluntária no prazo indicado em notificação, a Câmara Municipal pode proceder à remoção coerciva, imputando os custos àqueles.

4 — 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.

5 — 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 actuação urgente, a Câmara Municipal procederá à remoção imediata.

6 — 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 31.º

(Taxas)

1 — São aplicáveis ao licenciamento e renovações as taxas previstas no Regulamento Municipal de Taxas.

2 — São igualmente aplicáveis ao licenciamento e renovações as isenções previstas, no presente Regulamento, bem como as previstas no Regulamento Municipal de Taxas.

CAPÍTULO V

Suportes publicitários e outros

Artigo 32.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 — Os suportes publicitários com iluminação própria devem 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.

5 — 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 33.º

(Projectos de utilização do domínio público)

1 — A Câmara Municipal pode aprovar projectos de utilização do espaço público, estabelecendo os locais de instalação de elementos de publicidade e outras utilizações, bem como as características, formais e funcionais, a que devem 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 ao disposto no presente Regulamento.

CAPÍTULO VI

Publicidade e outras utilizações do espaço público

SECÇÃO I

Publicidade afecta a equipamento urbano ou autónomo

Artigo 34.º

(Mupis, colunas publicitárias e anúncios electrónicos)

O licenciamento da ocupação ou utilização do espaço público com algum destes equipamentos, é exercida pela Câmara Municipal ou poderá ser explorada por particulares em regime de concessão.

Artigo 35.º

(Pendões, bandeiras e bandeirolas)

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

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

3 — A distância entre a parte inferior da bandeirola e o solo não pode ser inferior a 2 m.

Artigo 36.º

(Abrigos de transportes públicos)

1 — A ocupação do domínio público com equipamentos e respectiva publicidade pode ser explorada por particulares em regime de concessão.

2 — A afixação de publicidade nestes equipamentos, deve respeitar as normas constantes deste Regulamento.

Artigo 37.º

(Cabinas telefónicas)

1 — É permitida a afixação ou inscrição de publicidade em cabinas telefónicas, desde que não prejudique a respectiva visibilidade.

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

Artigo 38.º

(Outdoors)

1 — Os outdoors devem 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 — Quando os outdoors possuam duas faces, cada uma das mensagens publicitárias inscritas em cada face são sujeitas a licenciamento individual.

3 — Os outdoors não podem dispor-se em banda contínua, devendo deixar entre si, espaços livres de dimensão igual ou superior a 8 m.

Artigo 39.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, permanecer no local sem mensagem.

2 — Na estrutura deve ser afixado 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 outdoors podem ter as seguintes dimensões máximas:

- 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.

SECÇÃO II

Publicidade instalada em edifícios

Artigo 40.º

(Dimensões e distâncias a observar)

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

2 — Em cada edifício, os anúncios devem ter todos o mesmo tamanho e a sua instalação defina um alinhamento, deixando entre si distâncias regulares.

Artigo 41.º

(Anúncios, placas e tabuletas)

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

2 — 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 ter uma dimensão superior a 0,35 m por 0,40 m.

Artigo 42.º

(Palas e alpendres)

As palas e alpendres quando integradas na edificação estão igualmente sujeitas ao regime de licenciamento previsto no Regime Jurídico da Urbanização e Edificação.

Artigo 43.º

(Dispositivos publicitários aéreos cativos)

Devem ser 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 44.º

(Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços)

1 — A instalação de publicidade em telhados, coberturas ou terraços, só é 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 — Os dispositivos publicitários a instalar em telhados, coberturas ou terraços dos edifícios, devem obedecer ao seguinte:

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

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

Artigo 45.º

(Publicidade instalada em edifícios com obras em curso ou em prédios devolutos ou degradados)

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

- a) As lonas têm que ficar avançadas em relação ao andaime ou tapumes de protecção;
- b) Salvo casos devidamente fundamentados, só podem permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, sendo que, caso se verifique a sua interrupção por um período superior a 30 dias, as lonas devem ser removidas.

SECÇÃO III

Veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres

Artigo 46.º

(Licenciamento)

1 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em veículos automóveis, transportes públicos, táxis e outros meios de locomoção terrestres, carece de licenciamento prévio da Câmara Municipal, nos termos deste Regulamento.

2 — A actividade publicitária em veículos que não lhe estejam primordialmente afectos e que se destine a ser produzida nos dois concelhos, só está sujeita a licenciamento quando o titular do veículo tiver a sua residência, sede ou, na falta dela representação na área do Município de Angra do Heroísmo.

3 — Não constitui mensagem publicitária a afixação ou inscrição do nome, firma ou denominação, endereço, sede da empresa e número de telefone.

SECÇÃO IV

Publicidade sonora

Artigo 47.º

(Definição)

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por publicidade sonora toda a actividade publicitária em que sejam utilizados altifalantes ou outros equipamentos de som com vista à difusão de mensagem publicitária através de emissões directas na ou para a via pública.

Artigo 48.º

(Limites à publicidade sonora)

1 — A publicidade sonora deve respeitar os limites estabelecidos na legislação aplicável a actividades ruidosas.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, não é permitida a utilização de publicidade sonora entre as 20 e as 8 horas do dia seguinte, podendo a Câmara Municipal restringir ou alargar estes limites, desde que, no caso concreto, se verifiquem circunstâncias que fundamentadamente o justifiquem.

SECÇÃO V

Outros meios de publicidade

SUBSECÇÃO I

Cartazes

Artigo 49.º

(Locais de afixação)

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

Artigo 50.º

(Remoção)

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

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

SUBSECÇÃO II

Campanhas publicitárias de rua

Artigo 51.º

(Condições gerais)

1 — As campanhas publicitárias de rua, nomeadamente as que ocorrem através da distribuição de panfletos ou 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 podem 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 rodagem.

3 — A distribuição não pode 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 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 podem existir quaisquer vestígios da acção publicitária ali desenvolvida.

CAPÍTULO VII

Afixação de propaganda política e eleitoral

Artigo 52.º

(Princípios gerais)

A presente secção define 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 53.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.

2 — 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 bens, nomeadamente, na circulação rodoviária;
- 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 54.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 se destinam.

2 — Para efeito do disposto no número anterior, devem ser observadas pelos utentes, de modo a que possa 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, 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, os partidos ou similares devem informar previamente a Câmara Municipal sobre a data duração e local de afixação.

Artigo 55.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 54.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, a Câmara Municipal pode 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 VIII

Fiscalização e sanções

Artigo 56.º

(Fiscalização)

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, incumbe a fiscalização do disposto no presente Regulamento aos serviços municipais.

Artigo 57.º

(Contra-Ordenações)

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

- a) A falta de licenciamento conforme previsto nos artigos 3.º ou em violação das restrições previstas no capítulo II do presente Regulamento;
- b) A adulteração dos elementos tal como aprovados, ou as alterações da demarcação efectuada, conforme o previsto na alínea a), do art.º 25.º;
- c) 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 art.º 25.º;
- d) A 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, conforme o previsto na alínea e), do artigo 25.º;
- e) A não remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público, dentro do prazo de remoção imposto, conforme o previsto na alínea d), do artigo 25.º, no n.º 1 do artigo 30.º e no n.ºs 1 e 2 do artigo 55.º;
- f) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos, conforme disposto nas alíneas g) e h) do art.º 25.º;
- g) A violação do disposto no art.º 26.º;
- h) A manutenção da mensagem publicitária após ter expirado o prazo para o qual foi concedida;
- i) A violação do disposto no art.º 51.º;

Artigo 58.º

(Coimas)

1 — 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.

2 — A violação do disposto nas alíneas a) a c) do artigo 57.º do presente Regulamento, é punível com coima entre o mínimo de € 100.00 e o máximo de € 3750.00, em caso de negligência, e o mínimo de € 250.00 e o máximo de € 7500.00, em caso de dolo.

3 — A violação do disposto nas alíneas d) a h) do artigo 57.º do presente Regulamento, é punível com coima entre o mínimo de € 50.00 e o máximo de € 2500.00, em caso de negligência, e o mínimo de € 100.00 e o máximo de € 5000.00, em caso de dolo.

4 — A violação do disposto no artigo 51.º do presente Regulamento, é punível com coima entre o mínimo de € 50.00 e o máximo de € 2500.00, em caso de negligência, e o mínimo de € 100.00 e o máximo de € 5000.00, em caso de dolo.

5 — Os limites mínimos e máximos das coimas serão elevados para o dobro, quando as infracções sejam cometidas por pessoa colectiva.

6 — Os valores das coimas previstos no presente artigo são actualizados anualmente de acordo com a taxa de inflação vigente no ano em que a infracção é praticada.

Artigo 59.º

(Sanções acessórias)

Em caso de reincidência, podem ser aplicadas as sanções acessórias previstas na legislação em vigor.

Artigo 60.º

(Competência para instrução e aplicação de sanções)

A instrução dos processos de contra-ordenação e aplicação de coimas e sanções acessórias, por violação das normas do presente Regulamento, é da competência do presidente da Câmara Municipal, podendo este delegar a competência em qualquer dos vereadores.

CAPÍTULO IX

Disposições finais

Artigo 62.º

(Casos omissos)

Fora dos casos previstos no presente regulamento aplica-se subsidiariamente a legislação vigente sobre a matéria, ou na sua falta o Código do Procedimento Administrativo.

Artigo 63.º

(Entrada em vigor)

O presente Regulamento entra em vigor quinze dias após a sua aprovação, e aplica-se aos processos iniciados após a sua entrada em vigor e aos processos pendentes.

Artigo 64.º

(Regime transitório)

1 — Os titulares de licença de afixação ou inscrição de mensagens publicitárias que não estejam em conformidade com as disposições do presente Regulamento devem, no prazo de 90 dias a contar da sua entrada em vigor, retirar a publicidade dos respectivos locais ou requerer a sua legalização.

2 — Não podem ser renovadas licenças que, à data da entrada em vigor deste Regulamento, não sejam conformes às normas e princípios nele contidos.

3 — As licenças anuais cujo alvará já foi emitido e cujas taxas já pagas anteriormente à entrada do presente regulamento duram pelo período constante no mesmo alvará e só obrigam a novo licenciamento após o respectivo terminus.

Artigo 65.º

(Norma revogatória)

É revogado o Regulamento Municipal de Licenças e Coimas à Publicidade e Propaganda, aprovado na sessão ordinária da Assembleia Municipal de Abril de 2002.

Angra do Heroísmo, 19 de Outubro de 2010. — A Presidente da Câmara, *Andreia Maria Cardoso da Costa*.

203832291

MUNICÍPIO DE BARCELOS**Aviso n.º 21557/2010**

Nos termos do disposto no n.º 2, do artigo 27.º, do Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, com a redacção em vigor, e conforme o previsto no artigo 19.º, do Regulamento de Urbanização e Edificação do Município de Barcelos e por despacho do Sr. Presidente da Câmara, datado de 2010-09-01, vai proceder-se à abertura do período de discussão pública relativa à operação de alteração das especificações do lote n.º 7 (sete), do loteamento sito no Lugar de Brunhais, da freguesia da Pousa, do concelho de Barcelos, titulado pelo alvará de loteamento n.º 121/85, emitido em 28-10-1985, a que se refere o processo n.º 121/85-A, requerida por José do Vale Santos, contribuinte n.º 152 659 234, durante o período de 20 dias, com início no dia seguinte à publicação deste aviso no *Diário da República*.

O processo de alteração ao referido alvará, encontra-se disponível para consulta nos dias úteis, das 09 horas às 15,30 horas, na Secretaria da Divisão de Planeamento e Gestão Urbanística, da Câmara Municipal de Barcelos.

Município de Barcelos, 1 de Outubro de 2010. — O Presidente da Câmara, *Miguel Jorge da Costa Gomes*.

303761124

MUNICÍPIO DE BARRANCOS**Aviso n.º 21558/2010****Alteração do Plano de Pormenor do Parque Empresarial de Barrancos**

Torna-se público que, por deliberação da Câmara Municipal de Barrancos n.º 130/CM/2010, de 13 de Outubro, foi aprovado dar início ao procedimento de alteração do Plano de Pormenor do Parque Empresarial de Barrancos, ao abrigo do disposto na alínea a) do n.º 2 artigo 93.º do Decreto-Lei n.º 316/2007, de 19 de Setembro.

Estabelece-se ainda o prazo de 15 dias para a formulação de sugestões e para a apresentação de informações que possam ser consideradas no âmbito do procedimento de alteração, nos termos do n.º 2 do artigo 77.º do supracitado diploma legal.

Paços do Município de Barrancos, 19 de Outubro de 2010. — O Presidente, *Dr. António Pica Tereno*.

203827212

MUNICÍPIO DE BORBA**Aviso n.º 21559/2010****Declaração de correcção ao plano de pormenor da UNOR 2**

Nos termos do previsto no n.º 2 do artigo 97.º-A do Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão Territorial — Decreto-Lei n.º 380/99 de

22 de Setembro, com a redacção que lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 46/2009, de 20 de Fevereiro a Câmara Municipal de Borba, declara efectuada a seguinte correcção material ao Plano de Pormenor da UNOR2.

A correcção material ao Plano de Pormenor da UNOR2 efectuada está sujeita ao regime procedimental previsto no artigo 97.º-A do Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de Setembro, com a redacção lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 46/2009 de 20 de Fevereiro, uma vez que se trata de um acerto de cartografia determinado por incorrecção de cadastro, transposições de escalas e de definição de limites físicos identificáveis no terreno, tal como está previsto na alínea a) do n.º 1 do referido artigo. A correcção da planta de implantação consiste no reposicionamento da faixa correspondente ao espaço verde de enquadramento protecção ao núcleo de exploração G, no limite junto à linha de caminho de ferro — espaços de enquadramento e valorização paisagística associados à ecopista, só poderá ter 10 metros devido aos limites físicos existentes.

Neste contexto, existe uma incongruência entre a peça desenhada planta de implantação n.º 2/2 e a norma do artigo 13.º do regulamento, pelo que de acordo com a alínea c) do n.º 1 do artigo 97.º-A do diploma referido, o n.º 1 do artigo 13.º passa a ter a seguinte redacção:

«Artigo 13.º

Espaços verdes de enquadramento e protecção aos núcleos de exploração e à ADC3

1 — Os espaços verdes de enquadramento e protecção correspondem a uma faixa de 15 metros em torno dos núcleos de exploração e em torno da ADC3, com excepção da faixa prevista no núcleo de exploração G no limite com os espaços de enquadramento e valorização paisagística associados à ecopista, que por impossibilidade de instalação a faixa é de 10 metros, conforme consta na cartografia rectificada. Estes espaços verdes têm como objectivo a integração paisagística das explorações, bem como da ADC3, minimizando os impactos da actividade extractiva.

2 —

Nos termos do n.º 3 do artigo 97.º-A, a declaração de correcção foi comunicada à Assembleia Municipal e à Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo.

21 de Julho de 2010. — O Vice-Presidente da Câmara, *Artur João Rebola Pombeiro*.



203549959