

Deliberação (extrato) n.º 1525/2012

Por deliberação do Conselho de Administração do Centro Hospitalar de Leiria-Pombal, E. P. E., de 9 de outubro de 2012, foi ao Dr. Armandino André Branco Lopes, assistente graduado sénior de cirurgia geral, do mapa de pessoal deste centro hospitalar, autorizada a redução de horário para 37 horas semanais, ao abrigo do n.º 10 do artigo 31.º do Decreto-Lei n.º 73/90 de 6 de março, por reunir os requisitos estabelecidos por lei.

24 de outubro de 2012. — O Vogal Executivo, *Licínio Oliveira de Carvalho*.

206480595

Deliberação (extrato) n.º 1526/2012

Por deliberação do Conselho de Administração do Centro Hospitalar de Leiria-Pombal, E. P. E., de 9 de outubro de 2012, foi a Celina Rosa Pereira Gonçalves Sobreira, enfermeira chefe, do mapa de pessoal deste centro hospitalar, autorizada a acumulação de funções privadas, no Centro Social Nossa Senhora da Piedade.

24 de outubro de 2012. — O Vogal Executivo, *Licínio Oliveira de Carvalho*.

206482206

Deliberação (extrato) n.º 1527/2012

Por deliberação do Conselho de Administração do Centro Hospitalar de Leiria-Pombal, E. P. E., de 2 de outubro de 2012, foi a Maria de Fátima Guarda Duque Gabriel, assistente técnica, do mapa de pessoal deste centro hospitalar, autorizada a acumulação de funções privadas, no Forja Bar.

24 de outubro de 2012. — O Vogal Executivo, *Licínio Oliveira de Carvalho*.

206482344

INSTITUTO PORTUGUÊS DE ONCOLOGIA DE COIMBRA FRANCISCO GENTIL, E. P. E.**Deliberação (extrato) n.º 1528/2012**

Por deliberação de 02 de outubro de 2012, do Conselho de Administração deste Instituto, foi a Sílvia da Conceição Teles Garcia, enfermeira, autorizada a acumulação de funções públicas, com a Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, nos termos do artigo 27.º da Lei n.º 12-A/2008, de 27 de fevereiro.

24 de outubro de 2012. — O Administrador Hospitalar, *Dr. José Miguel Perpétuo*.

206481259

**PARTE H****MUNICÍPIO DE ALMADA****Aviso (extrato) n.º 14544/2012**

Para os devidos efeitos torna-se público que os trabalhadores abaixo identificados concluíram com sucesso o período experimental, cujas classificações finais homologuei nesta data, dos Contratos de Trabalho por Tempo Indeterminado (CTI) celebrados, conforme avisos publicados na 2.ª série do *Diário da República*, n.º 205 e 27 respetivamente de 21-10-2010 e 08-02-2011, no âmbito do Procedimento Concursal Comum para ocupação de 5 postos de trabalho na carreira de Assistente Técnico (Biblioteca e Documentação):

Davide José Drumond Freitas CTI em 16-06-2010, Cláudia Sofia Romeiro Pulquério e Sílvia Mariza Carvalho Antunes CTI em 01-07-2010, Catarina Raquel Barata dos Reis CTI em 01-10-2010 e Sandra Maria Palma Braz Martins CTI em 15-11-2010.

22-10-2012. — A Presidente da Câmara, *Maria Emília Guerreiro Neto de Sousa*.

306480457

MUNICÍPIO DA CHAMUSCA**Aviso n.º 14545/2012**

Sérgio Morais da Conceição Carrinho, Presidente da Câmara Municipal de Chamusca.

Torna público que, nos termos e para os efeitos do disposto no art. 118.º do Código do Procedimento Administrativo e durante o período de 30 dias a contar do dia seguinte ao da publicação deste aviso no *Diário da República*, 2.ª série, é submetido a apreciação pública o Projeto de Regulamento de Publicidade do Município de Chamusca, que foi presente à reunião ordinária pública desta Câmara Municipal, realizada em 22 de outubro de 2012.

Durante o referido período poderão os interessados consultar, na Seção de Impostos, Taxas e Licenças desta Câmara Municipal e Juntas de Freguesia do Concelho, nas horas normais de expediente e em www.cm-chamusca.pt, o mencionado projeto de Regulamento e sobre ele formular quaisquer

sugestões, reclamações ou observações, as quais deverão ser dirigidas, por escrito, ao Presidente da Câmara Municipal.

24 de outubro de 2012. — O Presidente da Câmara, *Sérgio Morais da Conceição Carrinho*.

Projeto do regulamento de publicidade do município de Chamusca**Nota justificativa**

Está hoje sobejamente consciencializado nas sociedades modernas que a publicidade é um meio fundamental de comunicação entre os operadores do mercado e os consumidores.

É também hoje perfeitamente aceite que a publicidade traduz uma forma de estímulo do crescimento e inovação, para além de, naturalmente, propiciar a concorrência.

Porém, se a experiência colhida no licenciamento da atividade publicitária há muito nos indicava a necessidade de rever o Regulamento de Publicidade do município atualmente em vigor, e criar um novo instrumento regulamentar, a iniciativa «Licenciamento zero», corporizada pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, teve o condão de apressar a concretização de tal alteração.

Pretende-se, então, regravar o tipo de suportes publicitários a utilizar, a sua colocação, apresentação e dimensionamento, de forma a evitar a utilização aleatória, especulativa, sobredimensionada e gritante dos instrumentos publicitários o que não contribui para a boa imagem dos lugares e edifícios, antes pelo contrário, constitui um fator de franca vulgaridade que se julga não corresponder aos designios da atividade comercial e publicitária em geral.

Com o presente Regulamento pretende-se, pois, um instrumento que controle a implementação da publicidade, prevenindo-se mecanismos que disciplinem e garantam o cumprimento das disposições legais em vigor sobre a matéria em causa e salvaguardem a estética e o bom enquadramento urbanístico e ambiental da atividade publicitária na área do município de Chamusca.

Assim, ao abrigo dos artigos 112.º, n.º 8 e 241.º da Constituição da República Portuguesa, do disposto no artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, a Assembleia Municipal de Chamusca, sob proposta da Câmara Municipal, aprova o Regulamento de Publicidade

do Município de Chamusca, o qual deverá ser precedido de apreciação pública, para recolha de sugestões, nos termos do artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Lei habilitante

O presente Regulamento é elaborado ao abrigo e nos termos dos artigos 238.º e 241.º da Constituição da República Portuguesa, dos artigos 53.º, n.º 2, al. a), 64.º, n.º 6, alínea a) 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 pela Lei n.º 67/2007, de 31 de dezembro, da Lei n.º 2110/61, de 19 de agosto, alterada pelo Decreto-Lei n.º 360/77, de 1 de setembro, dos artigos 1.º e 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 23/2000, de 23 de agosto e pelo Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, do Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 169/99, de 13 de maio e ainda do Código da Publicidade aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, na redação que lhe foi dada pelas sucessivas alterações.

Artigo 2.º

Âmbito territorial

O presente Regulamento aplica-se à área territorial do concelho de Chamusca.

Artigo 3.º

Âmbito de aplicação

1 — O presente Regulamento estabelece o regime a que fica sujeita toda a forma de publicidade no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo de promover o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações, sem prejuízo do disposto no número seguinte.

2 — O presente Regulamento não é aplicável:

- a) À afixação, inscrição ou difusão de propaganda política, sindical ou religiosa;
- b) À afixação, inscrição ou difusão de publicidade adjudicada em concurso público e em regime de concessão pela Câmara Municipal;
- c) Às comunicações divulgadas através de éditos, notificações e demais formas de sensibilização que se relacionem, direta ou indiretamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;
- d) À difusão de comunicados, notas oficiais e demais esclarecimentos que se prendam com a atividade de órgãos de soberania e das administrações central e local.

Artigo 4.º

Isenções

1 — Estão isentos de licenciamento, autorização, comunicação prévia com prazo, registo ou qualquer outro ato permissivo e de mera comunicação:

- a) Os dizeres que resultam de disposição legal;
- b) Os anúncios respeitantes a serviços de transportes coletivos concedidos;
- c) Os anúncios de organismos públicos, de instituições de solidariedade social, de cooperativas e de outras instituições sem fins lucrativos, desde que relativos à atividade que prosseguem;
- d) Os anúncios destinados à identificação de serviços públicos de saúde, de símbolo oficial de farmácias e de profissões liberais, desde que especifiquem apenas os titulares, o horário de funcionamento e, quando for caso disso, a especialização;
- e) No âmbito das atividades promovidas pela Câmara Municipal ou que esta considere de interesse público, as referências a patrocinadores, desde que o valor do patrocínio seja superior ao valor da taxa que seria aplicável

2 — Estão igualmente abrangidas pela isenção prevista no número anterior:

- a) As mensagens publicitárias de natureza comercial afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e que não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;

b) As mensagens publicitárias de natureza comercial afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicita os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou está relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;

c) As mensagens publicitárias de natureza comercial ocupem o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitem os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

3 — Para efeitos do disposto na alínea b) do número anterior, consideram-se ainda isentas as mensagens publicitárias afixadas ou inscritas em bens imóveis que são objeto da própria transação publicitada, nomeadamente, com indicação de venda ou arrendamento.

4 — Considera-se contíguo à fachada de estabelecimento, para efeitos da alínea c) do número dois, a mensagem de publicidade que tenha contacto, suporte ou apoio na sobredita fachada.

5 — Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, a publicidade a que se reporta o presente artigo deve, ainda assim, respeitar os critérios constantes no presente Regulamento relativos às condições de instalação ou aplicação dos suportes publicitários e à publicidade sonora.

Artigo 5.º

Conceitos

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

a) Publicidade — toda e qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal, ou liberal, com o objetivo direto ou indireto de promover, com vista à sua comercialização ou alienação, quaisquer bens ou serviços, ideias, princípios, iniciativas ou instituições.

b) Atividade publicitária — o conjunto de operações relacionadas com a difusão de uma mensagem publicitária junto dos seus destinatários, bem como as relações jurídicas e técnicas daí emergentes entre anunciantes, profissionais, agências de publicidade e entidades que explorem os suportes publicitários ou que efetuem as referidas operações tais como: operações de conceção, criação, produção, planificação e distribuição publicitárias;

c) Anunciante — a pessoa singular ou coletiva no interesse da qual se realiza a publicidade;

d) Suporte publicitário — o veículo utilizado para a transmissão da mensagem publicitária;

e) Destinatário — a pessoa singular ou coletiva a quem a mensagem publicitária se dirige ou que por ela, de qualquer forma, seja atingida.

Artigo 6.º

Definições

Para efeitos do presente Regulamento entende-se por:

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

b) Anúncio iluminado — o suporte publicitário sobre o qual se faça incidir intencionalmente uma fonte de luz;

c) Anúncio luminoso — o suporte publicitário que emita luz própria;

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

e) Balão, insuflável e semelhantes — todos os suportes que, para a sua exposição no ar, careçam de gás, podendo estabelecer -se a ligação ao solo por elementos de fixação;

f) Chapa — o suporte não luminoso aplicado ou pintado em paramento visível e liso, cuja maior dimensão não excede os 0,60 m e a máxima saliência não excede 0,05 m;

g) Muppi — tipo de mobiliário urbano destinado a publicidade, podendo em alguns casos conter também informação;

h) Painel — suporte constituído por moldura com estrutura própria, fixado diretamente no solo;

i) Placa — suporte não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;

j) Tabuleta ou bandeira — suporte não luminoso afixado perpendicularmente às fachadas dos edifícios com mensagens publicitárias nas faces;

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

l) Unidades móveis publicitárias — veículos automóveis e outros meios de locomoção, veículos exclusivamente para o exercício da atividade publicitária;

m) Toldo — o elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vãos, como montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

n) Cartaz — toda a mensagem publicitária ou de propaganda, inscrita em papel, tela, ou plástico, para afixação.

o) Placa de sinalização direcional publicitária — Placa de definição da direção de determinado estabelecimento comercial ou empresa.

p) Outros suportes publicitários — Todos os restantes veículos ou objetos utilizados para transmitir mensagens publicitárias não incluídos nas alíneas anteriores.

Artigo 7.º

Locais e requisitos para o exercício da atividade publicitária

1 — A Câmara Municipal poderá conceder, mediante concessão, o exclusivo para afixação de mensagens publicitárias em locais determinados tais como: tapumes, muros, paredes, vedações, postes e outros suportes.

2 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias nos lugares ou espaços de propriedade particular depende do consentimento do respetivo proprietário ou possuidor e deve respeitar as normas em vigor sobre proteção do património arquitetónico e do meio urbanístico, ambiental e paisagístico.

3 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ao longo das estradas nacionais obriga ao cumprimento, para além do estatuído no presente Regulamento, do disposto no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril e do Decreto-Lei n.º 13/71, de 23 de janeiro, consoante se trate de vias constantes do Plano Rodoviário Nacional ou não incluídos no mesmo.

4 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ao longo de caminhos e estradas municipais está sujeita ao disposto na Lei n.º 2110/61, de 19 de agosto, alterada pelo Decreto-Lei n.º 360/77, de 1 de setembro.

CAPÍTULO II

Regime e procedimento do licenciamento

SECÇÃO I

Licenciamento

Artigo 8.º

Limites do licenciamento

1 — É proibida a inscrição, afixação ou distribuição de mensagens publicitárias que, por si só, ou através dos suportes que utilizam, afetem a estética ou ambiente dos lugares ou da paisagem, ou causem danos a terceiros, nomeadamente:

a) Inscrições e pinturas murais ou afins efetuadas em bens do domínio público ou privado que não pertençam ao autor da mensagem, ao titular desses direitos ou a quem dela resulte identificável;

b) Faixas de pano, plástico, papel ou outro material semelhante que atravessem a via pública;

c) Cartazes ou afins afixados em local não autorizado, através de colagem ou outros meios semelhantes;

d) Os que afetem a salubridade dos espaços públicos.

2 — Exceptua-se do número anterior o disposto na alínea b) sempre que a mensagem publicitária anuncie evento ocasional, regular ou não, de natureza efémera, desde que instaladas a pelo menos 4,50 m de altura em relação à via, bem como o disposto na alínea c), sempre que tal se insira no âmbito da previsão do artigo 27.º do presente Regulamento.

3 — É igualmente proibida a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em locais, edifícios ou monumentos de interesse histórico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, ou em elementos característicos da arquitetura tradicional, nomeadamente:

a) Imóveis classificados ou em vias de classificação, nomeadamente os de interesse público nacional ou municipal;

b) Edifícios a preservar;

c) Imóveis onde funcionem serviços públicos;

d) Edifícios religiosos ou cemitérios.

4 — A proibição prevista no número anterior não se aplica caso a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da atividade exercida nos imóveis em causa.

5 — A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias não será igualmente admitida se prejudicar:

a) A visibilidade de placas toponímicas, semáforos, sinais de trânsito e iluminação pública;

b) O acesso e as vistas de edifícios vizinhos;

c) A circulação dos peões, especialmente dos cidadãos com mobilidade reduzida;

d) Não é admitida a difusão de publicidade sonora que não tenha sido previamente licenciada e que não respeite a legislação aplicável.

Artigo 9.º

Formulação do pedido

1 — A licença para afixação, inscrição ou distribuição de mensagens publicitárias, depende de requerimento dirigido ao presidente da Câmara Municipal, cujo modelo se encontra disponível na página eletrónica da Câmara Municipal.

2 — O requerimento deve dar entrada na Câmara Municipal, pelo menos, 20 dias úteis antes do início do prazo pretendido.

Artigo 10.º

Elementos obrigatórios

1 — O requerimento deve conter obrigatoriamente o seguinte:

a) O nome, a identificação fiscal e residência ou sede do requerente, bem como a indicação da qualidade de titular de qualquer direito que lhe confira a faculdade de proceder à inscrição, afixação ou distribuição da mensagem publicitária;

b) A identificação exata do local e do meio ou suporte a utilizar, suas dimensões e dizeres;

c) O período de utilização pretendido para a concessão da licença.

2 — O requerimento deverá ainda ser instruído com os seguintes elementos:

a) Documento comprovativo da legitimidade do requerente;

b) Memória descritiva com indicação dos materiais, forma, dimensão e cores;

c) Desenho à escala 1:100 ou 1:50 que pormenorize a instalação, incluindo o meio ou suporte, com indicação da forma, cor, dimensões, balanço de afixação e distância do passeio à parte inferior do suporte e largura deste;

d) Fotografia a cores ou alçado do edifício indicando o local previsto para a afixação;

e) Planta de localização à escala 1:2.000 com a indicação do local previsto para a instalação;

3 — No caso de blimps, balões, zepelins, insufláveis e semelhante deverá ser junto ao requerimento inicial o contrato de seguro de responsabilidade civil.

Artigo 11.º

Elementos complementares

1 — Nos 15 dias subsequentes à data de entrada do requerimento, poderão ainda ser solicitados ao requerente:

a) A indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem dúvidas suscetíveis de comprometer a apreciação do pedido;

b) A junção de termo de responsabilidade e contrato de seguro de responsabilidade civil para o meio ou suporte que possa, eventualmente, representar perigo para a segurança das pessoas ou bens.

2 — A falta de apresentação dos elementos referidos nas alíneas do número anterior no prazo que vier a ser fixado implicará o indeferimento do pedido e o seu arquivamento.

Artigo 12.º

Locais sujeitos a jurisdição de várias entidades

Sempre que o local onde o requerente pretenda afixar, inscrever ou distribuir mensagem publicitária estiver sujeito à jurisdição de entidades exteriores ao município, deve a Câmara ou o requerente solicitar o respetivo parecer prévio.

Artigo 13.º

Decisão final e especificações do alvará

1 — A Câmara Municipal emitirá decisão final sobre o pedido de licenciamento no prazo máximo de 30 dias, contados da data em que o processo esteja devidamente instruído com todos os elementos necessários à tomada de decisão.

2 — Em caso de deferimento do pedido, a notificação deverá incluir o prazo para que o interessado proceda ao levantamento do alvará e ao pagamento da taxa respectiva, o qual não pode ser superior a 10 dias.

3 — A licença caducará se findo o prazo que vier a ser notificado, nos termos do número anterior o interessado não proceda ao pagamento da taxa e ao levantamento do alvará.

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

- a) Período de tempo abrangido pela concessão da licença;
- b) Número da licença e identificação do titular;

5 — As licenças anuais reportam-se ao ano económico de 1 de janeiro a 31 de dezembro.

Artigo 14.º

Causa de indeferimento

Constitui causa de indeferimento do pedido de licenciamento o incumprimento do presente Regulamento, bem como da demais legislação aplicável.

Artigo 15.º

Renovação da licença

1 — A renovação da licença depende de requerimento do interessado a apresentar até 30 dias antes de expirar o prazo da licença concedida, após pagamento da respectiva taxa.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, sempre que se verifiquem alterações de facto e de direito das condições do licenciamento inicial, a renovação da licença fica sujeita à confirmação dos pareceres das entidades externas competentes.

3 — Nos casos em que a câmara municipal não pretenda proceder à renovação da licença, comunica o facto ao titular com a antecedência mínima de 30 dias antes do termo do prazo respetivo, fundamentando os motivos da não renovação.

Artigo 16.º

Revogação da licença

As licenças podem ser revogadas sempre que:

- a) Situações excecionais de imperioso interesse público assim o exigirem;
- b) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito ou quaisquer obrigações a que se tenha vinculado no licenciamento.

CAPÍTULO III

Suportes publicitários

SECÇÃO I

Condições técnicas de instalação

Artigo 17.º

Dos toldos

A colocação dos toldos nas fachadas dos edifícios obedece às seguintes condições:

- a) Altura mínima de 2,10 m, medida desde o chão à parte inferior das sanefas ou ferragens, no seu ponto mais desfavorável;
- b) A saliência máxima não poderá ser superior à largura do passeio.
- c) Nos arruamentos onde não exista passeio, será decidido caso a caso.

Artigo 18.º

Das chapas

1 — As dimensões das chapas devem ser as adequadas ao espaço público em que se inserem.

2 — Não poderão localizar-se acima do nível do 1.º piso dos edifícios.

3 — As chapas de proibição de afixação de anúncios serão colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos prédios, mas nunca próximo das que designam arruamentos.

Artigo 19.º

Das placas

1 — A sua máxima saliência de 0,10 m.

2 — Não poderão sobrepor gradeamentos ou outras zonas vazadas em varandas.

3 — Não poderão ocultar elementos decorativos ou outros com interesse na composição arquitetónica das fachadas.

4 — O intervalo mínimo entre as placas de anunciantes diferentes deverá ser de 1 m, exceto quando tal não seja física ou materialmente possível.

Artigo 20.º

Das tabuletas

1 — As suas dimensões deverão ser as adequadas ao espaço público em que se insere.

2 — Em cada edifício não poderá ser afixada mais do que uma tabuleta, exceto se aí for exercida mais do que uma atividade.

3 — As tabuletas não podem distar menos de 2,10 m do solo.

4 — Não deve ser excedido o balanço adequado em relação ao plano marginal do edifício.

Artigo 21.º

Dos painéis, mupis e semelhantes

1 — Os painéis, mupis e semelhantes devem ter dimensões que não ponham em causa o ambiente e a estética dos locais pretendidos.

2 — Quando fixados diretamente no solo, a distância entre a moldura dos painéis e o solo não poderá ser inferior a 2,10 m.

3 — A distância entre painéis afixados ao longo das vias municipais e arruamentos não pode ser inferior ao adequado ao espaço em que se insere.

4 — Os painéis deverão ser sempre nivelados, exceto quando o tapume, vedação ou outro elemento congénere se localize em arruamento inclinado, caso em que se admite a sua disposição em socalcos, acompanhando de forma harmoniosa a inclinação do terreno.

Artigo 22.º

Estruturas

1 — A estrutura não pode manter-se no local sem mensagem publicitária durante um período superior a noventa dias.

2 — Na estrutura deve ser afixado o número de ordem atribuído ao suporte e a identidade do titular.

3 — A colocação de estruturas deve respeitar o regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto.

Artigo 23.º

Das Bandeiras

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

Artigo 24.º

Dos cartazes

Os cartazes poderão ser afixados nas vedações, tapumes, muros e paredes, desde que respeitem os limites regulamentares.

SECÇÃO II

Condições técnicas de instalação dos anúncios luminosos, iluminados, eletrónicos e similares

Artigo 25.º

Dos anúncios luminosos

1 — Os anúncios luminosos só poderão ser de dupla face, aplicados perpendicularmente às fachadas dos edifícios e denominados de «bandeira» ou executados em tubos de néon à vista, desenhando letras afixadas em paramentos dos edifícios.

2 — Estes anúncios estão sujeitos às seguintes limitações:

- a) Não podem exceder o balanço adequado ao espaço em que se insere;
- b) A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser inferior a 2,10 m.

Artigo 26.º

Dos anúncios iluminados e dos anúncios eletrónicos

1 — Estes anúncios poderão ser colocados diretamente nas fachadas dos edifícios.

2 — Não poderão exceder a saliência de 0,20 m contando com o elemento que os ilumina.

3 — A distância entre o solo e a parte inferior do anúncio não pode ser inferior a 2,10 m.

Artigo 27.º

Estrutura, termo de responsabilidade e seguro

1 — As estruturas dos anúncios luminosos, iluminados, sistemas eletrónicos ou semelhantes instalados nas coberturas ou fachadas de edifícios e em espaços afetos ao domínio público devem ficar encobertas, tanto quanto possível, e ser pintadas com a cor que lhes dê o menor destaque.

2 — Sempre que a instalação tenha lugar na cobertura de edifício, ou acima de 4 m do solo, deve ser junto ao requerimento inicial a que se refere o artigo 9.º, obrigatoriamente, um termo de responsabilidade assinado por técnico habilitado.

3 — Sempre que a instalação tenha lugar na cobertura de edifício deve ainda ser apresentado um estudo de estabilidade da estrutura e respetivo termo de responsabilidade.

4 — Nos casos referidos nos n.º 2 e 3, após o deferimento do pedido, o levantamento da licença será condicionado à entrega de contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO III

Unidades móveis publicitárias

Artigo 28.º

Autorização e seguro

1 — Sempre que o meio ou suporte utilizado exceda as dimensões do veículo, deve ser obrigatoriamente junto ao requerimento inicial, a que se refere o artigo 9.º, uma autorização emitida pela entidade competente.

2 — Após o deferimento do pedido, o levantamento da licença será condicionado à entrega do contrato de seguro de responsabilidade civil.

SECÇÃO IV

Blimps, balões, zepelins, insufláveis e semelhantes

Artigo 29.º

Servidões militares ou aeronáuticas

1 — Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, o licenciamento da atividade publicitária que utilize avionetas ou outros meios aéreos, depende de prévia e expressa autorização das entidades com jurisdição sobre o espaço aéreo que se pretende atravessar para a difusão da mensagem publicitária.

2 — Não pode ser licenciada a afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos, blimps ou semelhantes que invadam zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, nomeadamente aquelas a que se refere o Decreto-Lei n.º 48 542, de 24 de agosto de 1968, exceto se o anunciante for prévia e expressamente autorizado para tal, por entidade com jurisdição sobre esses espaços.

SECÇÃO V

Publicidade Sonora

Artigo 30.º

Condições e restrições

1 — É permitida a difusão de mensagens publicitárias sonoras de natureza comercial que possam ser ouvidas dentro dos respetivos estabelecimentos ou na via pública, cujo objetivo imediato seja atrair ou reter a atenção do público, desde que previamente licenciada e respeitados os limites impostos pela legislação aplicável às atividades ruidosas e o sossego e tranquilidade públicas.

2 — A difusão sonora de mensagens publicitárias de natureza comercial apenas pode ocorrer:

- a) No período compreendido entre as 9 e as 20 horas;
- b) Desde que respeitados os valores limite do Regulamento Geral do Ruído;
- c) A uma distância mínima de 100 m de edifícios escolares, de hospitais, cemitérios, locais de culto e outros estabelecimentos similares durante o seu horário de funcionamento;
- d) Tratando-se de eventos efémeros ou ocasionais, três dias antes da ocorrência do evento.

3 — As unidades móveis publicitárias somente poderão fazer uso de material sonoro desde que este respeite os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas e de acordo com o número anterior.

CAPÍTULO IV

Conservação, remoção e depósito

Artigo 31.º

Conservação e remoção de suportes publicitários licenciados

1 — Todos os suportes publicitários deverão permanecer em boas condições de conservação podendo a Câmara Municipal, caso tal não se verifique, notificar o titular para que execute os trabalhos necessários à sua conservação ou os remova.

2 — Se, decorrido o prazo fixado na notificação a que se refere o número anterior, o titular não tiver procedido à execução dos trabalhos que lhe tenham sido impostos ou à remoção do suporte, poderá a Câmara Municipal proceder à sua remoção, a expensas do titular.

Artigo 32.º

Remoção de suportes ilegais

1 — Sempre que a Câmara Municipal detete a existência de suportes publicitários ilegais, procederá à sua remoção, a expensas do infrator.

2 — A Câmara Municipal não poderá ser responsabilizada por eventuais danos que possam advir da remoção.

Artigo 33.º

Depósito

1 — Sendo a Câmara Municipal a proceder à remoção dos suportes ou meios nos termos previstos no presente Capítulo, notificará os responsáveis para, no prazo de 45 dias, efetuarem o seu levantamento.

2 — Caso se não verifique o levantamento dos suportes no prazo fixado, reverterão aqueles a favor do Município.

CAPÍTULO V

Fiscalização, reposição da legalidade e regime contraordenacional

SECÇÃO I

Fiscalização e reposição da legalidade

Artigo 34.º

Fiscalização

Sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades, nomeadamente à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica nos termos do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, incumbe à Câmara Municipal a fiscalização do disposto no presente Regulamento.

SECÇÃO II

Regime contraordenacional

Artigo 35.º

Contraordenações

1 — Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, é punível como contraordenação:

- a) O desrespeito das regras estabelecidas no presente Regulamento;
- b) O desrespeito das condições constantes da licença;
- c) A falta de cumprimento ou cumprimento intempestivo das ordens de remoção dos suportes publicitário.

2 — As contraordenações previstas no número anterior são puníveis com coima graduada de €150 a €2500, tratando-se de pessoa singular, ou de €300 a €5000, tratando-se de pessoa coletiva.

3 — A tentativa e a negligência são puníveis, sendo que os limites máximos previstos no número anterior, em caso de negligência, são reduzidos para metade.

4 — O pagamento da coima não dispensa o infrator do dever de reposição da legalidade.

5 — As contraordenações estabelecidas na Lei n.º 97/88 e no Decreto-Lei n.º 105/98 são aplicáveis as coimas ali expressamente previstas, a cujo produto se aplicarão as regras de repartição respectivas.

6 — O produto das coimas referidas no n.º 2 do presente artigo reverte para o município, ainda que sejam cobradas em juízo.

Artigo 36.º

Sanções acessórias

Sem prejuízo das expressamente previstas nos diplomas referidos no n.º 5 do artigo anterior, quando a gravidade da infração e a culpa do infrator o justifique pode ser determinada a aplicação de sanção acessória, nos termos do artigo 21.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro, na redação em vigor ao momento da aplicação da coima.

Artigo 37.º

Responsabilidade solidária

São considerados solidariamente responsáveis pelas contraordenações instauradas por violação das normas constantes no presente Regulamento, aquele a quem aproveita a publicidade, o titular do meio de difusão ou suporte publicitário.

Artigo 38.º

Competência

Sem prejuízo das regras de competência estabelecidas nos Lei n.º 97/88 e no Decreto-Lei n.º 105/98, a competência para determinar a instauração dos processos de contraordenação, para designar o instrutor, para aplicar as coimas e determinar a aplicação de sanções acessórias pertence ao presidente da câmara municipal, podendo ser delegada nos vereadores.

CAPÍTULO VI

Disposições finais

Artigo 39.º

Taxas

Pela emissão das licenças ou pela sua renovação são devidas taxas nos termos do Regulamento de Taxas do Município de Chamusca.

Artigo 40.º

Norma revogatória

Com a entrada em vigor do presente regulamento, consideram-se revogadas todas as normas administrativas anteriores que disponham em sentido contrário

Artigo 41.º

Dúvidas e omissões

Os casos omissos e as dúvidas relativas à aplicação do presente Regulamento serão resolvidos pela lei geral em vigor sobre a matéria a que este se refere e, na falta desta, por deliberação da Câmara Municipal.

Artigo 42.º

Entrada em vigor

O presente Regulamento entra em vigor no prazo de 15 dias úteis após a sua publicação.

206480676

Aviso n.º 14546/2012

Sérgio Morais da Conceição Carrinho, Presidente da Câmara Municipal de Chamusca:

Torna público que, nos termos e para os efeitos do disposto no art. 118.º do Código do Procedimento Administrativo e durante o período de 30 dias a contar do dia seguinte ao da publicação deste aviso no *Diário da República*, 2.ª série, é submetido a apreciação pública o Projeto de Regulamento dos períodos de abertura e encerramento dos estabelecimentos de venda ao público e de prestação de serviços do Município de Chamusca, que foi presente à reunião ordinária pública desta Câmara Municipal, realizada em 22 de outubro de 2012.

Durante o referido período poderão os interessados consultar, na Secção de Impostos, Taxas e Licenças desta Câmara Municipal e Juntas de Freguesia do Concelho, nas horas normais de expediente e em www.cm-chamusca.pt, o mencionado projeto de Regulamento e sobre ele formular quaisquer sugestões, reclamações ou observações, as quais deverão ser dirigidas, por escrito, ao Presidente da Câmara Municipal.

24 de outubro de 2012. — O Presidente da Câmara, *Sérgio Morais da Conceição Carrinho*.

Regulamento dos Períodos de Abertura e Encerramento dos Estabelecimentos de Venda ao Público e de Prestação de Serviços do Município de Chamusca

Nota justificativa

O Decreto-Lei n.º 48/96, de 15 de maio, sucessivamente alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 126/96, de 10 de agosto, 216/96, de 20 de novembro, 111/2010, de 15 de outubro e 48/2011, de 1 de abril, estabelece o atual regime jurídico dos horários de funcionamento dos estabelecimentos comerciais.

As alterações introduzidas a tal regime jurídico, em particular as decorrentes do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, que simplifica o regime de exercício de diversas atividades económicas, no âmbito da iniciativa “Licenciamento Zero”.

Deste modo, ao abrigo do disposto no artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, nos artigos 114.º a 119.º do Código do Procedimento Administrativo, na alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º e alínea a) do n.º 6 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de setembro, na redação dada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de janeiro, e nos termos do Decreto-Lei n.º 48/96, de 15 de maio, sucessivamente alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 126/96, de 10 de agosto, 216/96, de 20 de novembro, 111/2010, de 15 de outubro e 48/2011, de 1 de abril, é elaborado o presente Projeto de Regulamento, que depois de aprovado pela Câmara Municipal, será submetido à apreciação pública, nos termos previstos no artigo 118.º do Código de Procedimento Administrativo, a posteriori aprovado pela Assembleia Municipal com vista à sua publicação em *Diário da República* e entrada em vigor.

Lei habilitante

O presente Regulamento tem como lei habilitante o artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, os artigos 114.º a 119.º do Código do Procedimento Administrativo, a alínea a) do n.º 2 do artigo 53.º e a alínea a) do n.º 6 do artigo 64.º 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 o Decreto-Lei n.º 48/96, de 15 de maio, com as alterações introduzidas pelos Decretos-Leis n.ºs 126/96, de 10 de agosto, 216/96, de 20 de novembro, 111/2010, de 15 de outubro e 48/2011, de 1 de abril.

Artigo 1.º

Objeto e âmbito de aplicação

1 — A fixação dos períodos de abertura e encerramento dos estabelecimentos de venda ao público e de prestação de serviços, incluindo os localizados em centros comerciais, situados no Concelho de Chamusca, obedece ao disposto no presente Regulamento.

2 — O presente Regulamento é aplicável a todas as pessoas singulares e coletivas que exerçam atividades comerciais e de prestação de serviços.

Artigo 2.º

Classificação dos estabelecimentos

1 — Para efeitos de fixação dos respetivos períodos de abertura e de encerramento, os estabelecimentos de venda ao público e de prestação de serviços classificam-se em seis grupos.

2 — Pertencem ao grupo I os seguintes estabelecimentos:

- a) Supermercados, minimercados e mercearias;
- b) Estabelecimentos de venda de frutas e legumes;
- c) Charcutarias, talhos e peixarias;
- d) Barbearias, cabeleireiros, esteticistas, institutos de beleza e de manutenção física;
- e) Drogarias e perfumarias;
- f) Lavandarias e tinturarias;
- g) Floristas;
- h) Papelarias e livrarias;
- i) Lojas de vestuário, calçado e retrosarias;
- j) Ourivesarias, joalharias, relojoarias e lojas de venda de material ótico;
- k) Estabelecimentos de venda de eletrodomésticos, material fotográfico, informático e afins;