LEI MUNICIPAL Nº 3.993, 15 DE JANEIRO DE 2002

DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DE ANÚNCIOS NA PAISAGEM DO MUNICÍPIO, FIXA NORMAS PARA A VEICULAÇÃO DESSES ANÚNCIOS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º - A ordenação de anúncios na paisagem do Município, feita através da instalação de engenhos de divulgação de publicidade, dependerá de licença, outorgada após aprovação, pelo Executivo, de requerimento do interessado, nos termos desta lei, visando à melhoria da qualidade de vida, com os seguintes objetivos:

I – organizar, controlar e orientar o uso de mensagens visuais de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo, as necessidades de conforto ambiental e as prerrogativas individuais;

II – garantir a segurança das edificações e da população;

III – garantir as condições de segurança, fluidez e conforto no deslocamento de veículos e pedestres;

IV – garantir os padrões estéticos da cidade;

V – estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes na cidade, inclusive através do incentivo à cooperação de entidades e particulares na promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 2º - O Executivo poderá permitir que particulares instalem engenho de divulgação de publicidade em bens públicos, mediante a cobrança de aluguel e respeitadas as regras desta Lei.

Parágrafo único – O aluguel previsto no “caput” será fixado de forma compatível com o praticado no mercado, devendo o Executivo fazer pesquisa correspondente e elaborar memorial respectivo, demonstrando os cálculos efetuados para a fixação do valor.

Art. 3º - Para os efeitos desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I – Paisagem – é a configuração resultante da contínua e dinâmica interação entre os elementos naturais, os elementos edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento;

II – engenho de divulgação de publicidade - é o conjunto formado pela estrutura de fixação, pelo quadro próprio e pela publicidade ou propaganda nele contida;

III – propaganda – é qualquer forma de difusão de idéias, produtos, mercadorias ou serviços, mediante a utilização de quaisquer materiais, por parte de determinada pessoa física ou jurídica;

IV – publicidade - tem o mesmo significado de propaganda;

V – publicidade ao ar livre - é a veiculada exclusivamente através de engenhos externos, assim considerados aqueles afixados nos logradouros públicos ou em locais visíveis destes;

VI – quadro próprio de um engenho - é o elemento físico utilizado exclusivamente como suporte de publicidade;

VII – face - é cada uma das superfícies de exposição de um engenho;

VIII – área total de um engenho - é a soma das áreas de todas as suas superfícies de exposição, exceto sua estrutura ou suporte;

IX – fachada - é qualquer das faces externas de uma edificação;

X – fachada principal – é qualquer fachada voltada para logradouro público;

XI – testada de lote – é a extensão da divisa do lote com o logradouro público;

XII – recuo frontal – é a menor distância entre a edificação e o alinhamento do imóvel onde se localiza;

XIII – imóvel edificado – é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação de caráter permanente;

XIV – imóvel não edificado – é aquele não ocupado com edificação de caráter transitório, tais como estacionamentos, “drive-in”, circos ou afins, ou com edificação que se destine exclusivamente a portaria, guarita ou abrigo para guarda, enquadrada na legislação que rege a matéria;

XV – alinhamento - é a linha divisória entre o lote e cada logradouro para o qual tem frente.

XVI – empena cega – é a face externa da edificação que esteja situada na divisa do imóvel e não apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação.

CAPÍTULO II

DOS TIPOS E DA CLASSIFICAÇÃO DOS ENGENHOS E ANÚNCIOS

SEÇÃO I

Dos Tipos de Engenhos

Art. 4º - São engenhos de divulgação de publicidade:

I - tabuleta ou “out-door”- engenho fixo, destinado à colocação de cartazes em papel, substituíveis periodicamente;

II – painel – engenho fixo ou móvel constituído por materiais que, expostos por longo período de tempo, não sofrem deterioração física substancial, caracterizando-se pela baixa rotatividade da mensagem;

III – letreiro – a afixação ou pintura de signos ou símbolos em fachadas, marquises, toldos, elementos do mobiliário urbano ou em estrutura própria;

IV – faixa ou bandeira – aqueles executados em material não rígido, de caráter transitório;

V – cartaz – constituído por material facilmente deteriorável e que se caracteriza pela alta rotatividade de mensagem e elevado número de exemplares;

VI – dispositivo de transmissão de mensagem – engenho que transmite mensagens publicitárias por meio de visores, telas e outros dispositivos afins;

VII – pintura mural – pintura executada sobre muros de vedação e fachadas cegas.

§ 1º - Serão considerados engenhos de divulgação quando utilizados para veicular mensagem publicitária:

I – mobiliário urbano;

II – tapumes de obras;

III – balões e bóias;

IV – muros de vedação;

V – veículos motorizados ou não;

VI – aviões e similares.

§ 2º - Consideram-se mobiliário urbano as grades protetoras de árvores, lixeiras, cabines de telefone, abrigos de ônibus, bancos, placas de nomenclatura de logradouros, barreiras de pedestres, indicadores de hora e temperatura, placas indicativas de trânsito e outras de utilidade pública.

§ 3º - em imóveis em construção serão considerados publicitários quaisquer anúncios veiculados, excluídos os painéis que trouxerem somente as informações obrigatórias pela legislação federal, estadual e municipal.

§ 4º - Não constituem veículos de divulgação o material ou engenho caracterizado como ato lesivo à limpeza urbana pela legislação pertinente.

SEÇÃO II

DA CLASSIFICAÇÃO DOS ENGENHOS

Art. 5º - Os engenhos de divulgação de publicidade classificam-se em:

I – luminosos - aqueles que possuem dispositivo luminoso próprio, ou que tenham sua visibilidade possibilitada ou reforçada por dispositivo luminoso ou de iluminação, ainda que não afixados diretamente na estrutura do engenho;

II – não luminosos – aqueles que não possuem dispositivo luminoso ou de iluminação;

III – animados - aqueles que possuem programação de múltiplas mensagens, movimentos, mudanças de cores, jogos de luz ou qualquer dispositivo intermitente;

IV – inanimados – aqueles que não possuem nenhum dos recursos mencionados no inciso anterior.

Parágrafo único – Consideram-se engenhos provisórios os executados com material perecível, como pano, tela, papelão ou materiais plásticos não rígidos e que contenham inscrição tipo “vende-se”, “aluga-se”, “liquidação”, “oferta” ou similares.

Art. 6º - Para os efeitos de aprovação, os engenhos classificam-se em simples e complexos.

§ 1º - Consideram-se simples os engenhos que não apresentam problemas de segurança para habitantes e edificações do Município.

§ 2º - Consideram-se engenhos complexos:

I – os que tenham área total de exposição superior a 10 m2 (dez metros quadrados);

II – os que tenham área total de exposição superior a 5 m2 (cinco metros quadrados) e movimentos mecânicos;

III – os que tenham área total de exposição superior a 5 m2 (cinco metros quadrados) e sejam afixados em bandeira ou posição perpendicular ou oblíqua à testada do lote;

IV – os luminosos que possuam tensão superior a 220 (duzentos e vinte volts);

V – aqueles que apresentem problemas afetos à segurança da população;

VI – os colocados em cobertura de edifícios;

VII – os que, pela sua forma, alterem ou componham a fachada.

SEÇÃO III

DA CLASSIFICAÇÃO DOS ANÚNCIOS

Art. 7º - De acordo com a mensagem que transmitem, os anúncios podem ser classificados em:

I – indicativo – aquele que contém apenas a identificação da atividade exercida no móvel ou imóvel em que está instalado ou a identificação da propriedade deste;

II – publicitário – aquele que comunica qualquer mensagem de propaganda sem caráter indicativo;

III – cooperativo – aquele que transmite mensagem indicativa associada à mensagem de publicidade.

Parágrafo único – Considera-se publicitário qualquer tipo de anúncio instalado na cobertura de edificação, em imóveis em construção ou em canteiros de obras públicas, excetuados os painéis que trouxerem somente as informações obrigatórias pela legislação federal, estadual ou municipal.

CAPÍTULO III

DA INSTALAÇÃO

SEÇÃO I

DAS PROIBIÇÕES

Art. 8º - Fica proibida a colocação de engenhos de divulgação de publicidade, sejam quais forem sua forma, composição ou finalidades, nos seguintes casos:

I – nas árvores de logradouros públicos, com exceção de sua afixação nas grades que as protegem, desde que sejam executados em placas de metal, após autorização do Executivo;

II – nas fachadas de edifícios estritamente residenciais, com exceção daqueles que possam ser colocados na cobertura ou de pintura mural em fachada cega;

III– nos locais em que prejudicarem, de qualquer maneira, a sinalização de trânsito ou outra destinada à orientação pública, ou que causem insegurança ao trânsito de pedestres;

IV – nos locais em que, perturbando as exigências de preservação da visão em perspectiva, forem considerados poluentes visuais, nos termos da legislação específica, ou prejudicarem o direito de terceiro;

V – nos locais em que prejudicarem, de qualquer maneira, a sinalização do trânsito ou outra destinada à orientação pública, ou que causem insegurança ao trânsito de veículos ou pedestres, especialmente em viadutos, pontes, canais, túneis, pontilhões, passarelas de pedestres, passarelas de acesso, trevos, entroncamentos, trincheiras, elevados e afins;

VI– nos imóveis edificados ou não, quando, por qualquer forma, prejudicarem a aeração, insolação, iluminação e circulação dos imóveis edificados vizinhos;

VII – em prédios ou monumentos tombados, ou em sua proximidades, quando prejudicarem a sua visibilidade;

VIII– em áreas de preservação ambiental.

SEÇÃO II

DOS LOCAIS DE EXIBIÇÃO DOS ENGENHOS

Art. 9º - Para a localização de grupos com mais de um engenho, permitida a instalação de, no máximo, um conjunto de 3 (três) painéis ou tabuletas, com as mesmas dimensões, observando-se a distância mínima de 1 m (um metro) entre cada engenho e obedecendo-se as distâncias de 150 (cento e cinquenta) metros a 200 (duzentos) metros em vias de trânsito local e secundárias e de 200 (duzentos) a 250 (duzentos e cinquenta) metros em vias preferenciais e de trânsito rápido, medidos no alinhamento, ressalvados os casos já existentes até a publicação desta lei, que poderão permanecer até o vencimento da autorização concedida, por até mais 2 (dois) anos..

Parágrafo único - Para a classificação das vias, deverão ser observados os critérios estabelecidos pelo Código Nacional de Trânsito.

Art. 10 – A instalação de engenho de divulgação de publicidade será feita de acordo com os seguintes critérios:

I – não poderá obstruir aberturas destinadas à circulação, iluminação ou ventilação de compartimento da edificação;

II – quando paralelo à fachada, não poderá avançar mais de 0,5 m (meio metro) sobre o passeio e deverá ter todos os seus pontos acima de 2,3 m (dois metros e trinta centímetros), medidos entre o ponto mais baixo do engenho e o ponto mais alto do passeio imediatamente abaixo dele;

III – quando instalados em bandeira ou em posição perpendicular ou oblíqua à fachada, poderão avançar até dois terços da largura do passeio, desde que este avanço nunca exceda a 1,5 m (um metro e meio), devendo ser respeitada a altura mínima de 2,3 (dois metros e trinta centímetros), medidos entre o ponto mais baixo do engenho e o ponto mais alto do passeio imediatamente abaixo dele;

IV – a projeção ortogonal do engenho sobre a fachada onde se situa deve estar totalmente contida dentro dos limites desta;

V – não será admitida a instalação de tabuletas (out-doors) em edificações;

VI – a altura máxima ficará limitada a 9 m (nove metros) contados do nível do passeio frontal do imóvel, quando os engenhos com anúncios publicitários forem apoiados ou em estruturas fixadas no mesmo.

Art. 11 – A instalação de engenho tipo painel e tabuleta (out-door) em terrenos não edificados será feita de acordo com os seguintes critérios:

I – os engenhos em terrenos não edificados terão sua permanência no local condicionada à limpeza e manutenção do terreno, a ser efetuada pelo responsável pela instalação do engenho;

II – o recuo de frente deverá ser o mesmo exigido para as edificações existentes nos lotes lindeiros;

III – não poderá avançar sobre o passeio;

IV – os engenhos deverão ter todos os seus pontos abaixo de 9 m (nove metros) medidos entre o ponto mais alto do engenho e o ponto mais alto do passeio situado imediatamente abaixo do engenho;

V – não poderá apresentar quadros superpostos;

VI – a área máxima de um quadro não poderá exceder a 30 m² (trinta metros quadrados) e uma de suas dimensões a 10 m (dez metros);

VII – a sustentação do engenho não poderá ser de material inferior à obtida com o uso da madeira paraju ou similar, em peças principais e frontais de 15 cm x 8 cm (quinze centímetros por oito centímetros) e peças de escoramento de 7 cm. X 4 cm. (sete centímetros por quatro centímetros);

VIII – deverão possuir em sua volta molduras de, no mínimo, 7 cm (sete centímetros) de largura, devidamente pintadas;

IX – os engenhos de publicidade deverão ser mantidos em perfeito estado de conservação e segurança pelos seus proprietários.

Art. 12 – As faixas poderão ser colocadas no espaço aéreo municipal determinado pelo Executivo ou em fachadas de edificações, respeitados os seguintes requisitos:

I – as faixas deverão anunciar eventos ou transmitir mensagens de cunho cívico, educacional e que tenham interesse público e social relevantes;

II – poderão permanecer expostas pelo período máximo de 15 (quinze) dias, quando em fachada de edificações, ou pelo período máximo de 5 (cinco) dias, quando em espaço municipal.

Parágrafo único – As faixas de conteúdo comercial, quando afixadas na fachada da edificação onde se localize atividade econômica, serão fixadas provisoriamente e em caráter precário, até a fixação de placa definitiva.

Art. 13 – A área total máxima permitida para letreiro será dada pelo comprimento da frente do lote ou da edificação vezes 0,5 m (meio metro).

CAPÍTULO IV

DA AUTORIZAÇÃO PARA INSTALAÇÃO

Art. 14 – Nenhuma publicidade poderá ser instalada sem prévia autorização do órgão competente e sem que quaisquer dos tipos de engenhos estejam devidamente licenciados.

Parágrafo único – Os anúncios eleitorais deverão obedecer a legislação específicas, atendidas as disposições contidas nesta lei.

Art. 15 - O requerente deverá instruir seu pedido de licença com:

I – autorização escrita do proprietário do imóvel onde será instalado, ou declaração de que tem o domínio ou a posse do mesmo;

II – especificação do tipo de engenho de divulgação de publicidade que se pretende instalar e os materiais que o compõem;

III – prova de quitação do IPTU - Imposto Predial e Territorial Urbano.

§ 1º - Se, após a instalação do engenho autorizado, for apurada qualquer irregularidade, ficará o responsável obrigado a saná-la no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, a contar da respectiva comunicação, sob pena de cassação da licença, remoção dos engenhos pela Prefeitura Municipal, sem ressarcimento de quaisquer despesas provenientes da aplicação da penalidade.

§ 2º - A autorização implicará no consentimento obrigatório ao acesso aos engenhos, sempre que necessário for, para cumprimento das disposições desta lei.

Art. 16 – A autorização será outorgada a título precário “intuitu personae”, vedada a sua transferência, salvo quando se tratar de interesse público.

§ 1º - A autorização terá, no máximo, 1 (um) ano de vigência, renovável após findo este período, mediante pagamento de nova taxa.

§ 2º - A autorização prevalecerá enquanto não forem alterados os engenhos, observado o parágrafo anterior.

§ 3º - A autorização é passível de revogação, a qualquer tempo, a juízo exclusivo da Administração Municipal, quando relevante interesse público assim o exigir.

Art. 17 – A renovação da autorização será deferida mediante a apresentação, pelo interessado, no prazo máximo de 3 (três) dias contados do vencimento do comprovante da autorização anterior, de um requerimento, acompanhado da prova do direito de uso do imóvel e pagamento de nova taxa.

CAPÍTULO V

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 18 – Os engenhos de divulgação de publicidade já existentes na data de publicação desta lei e que não se enquadrem nas normas por ela estabelecidas poderão ser mantidos, comprovada a licença anteriormente outorgada ou o pedido de licença já requerido.

Art. 19 – O anúncio comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias, estará sujeito a restrições legais, nos termos da Constituição da República e legislação específica.

Art. 20 – O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias, a contar de sua publicação.

Art. 21 – Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando as disposições em contrário.